Treasury Board of Canada
Secretariat

Federal IdentityProgram
Manual
Section1.0

Management guide to corporate identity

August 1990

Conseil du Trésor du Canada
Secrétariat

Manuel du Programme
de coordination de l'image de marque
Section 1.0

Guide de gestion en matière de l'image de marque

Août 1990

Canada

Canada

Table of contents

Introduction 3

Corporate identity 4
Concept and purpose
How it is communicated

Corporate identity of the Government of Canada 6
The government's signature

Service to the public 7
Making connections
Government signage

Managing an institution's corporate identity 9
Nomenclature
Corporate signatures
Dynamics of corporate identity
Quality and integrity

Visual identity 14
The corporate ''look''

Advice and assistance 15

Definitions 16

Bibliography 17

Appendix A
Federal Identity Program 19

Table des matières

Introduction 3

Image de marque 4
Concept et objet
Mode de communication

Image de marque du gouvernement du Canada 6
La signature du gouvernement

Service au public 7
Établir des liens
Signalisation du gouvernement

Gestion de l'image de marque d'une institution 9
Nomenclature
Signatures
Dynamique de l'image de marque
Qualité et intégrité

Identité visuelle 14
«Caractère» distinctif

Conseils et aide 15

Définitions 16

Bibliographie 17

Appendice A
Programme de coordination de l'image de marque 19

Introduction

The Federal Identity Program (FIP) policy makes each institution responsible for managing its corporate identity within the framework of the government-wide policy and standards. This guide is intended to shift FIP from a compliance/coordination function to one that is management and results oriented. This new approach not only reflects the transition generated by the Government Communications Policy, IMAA (Increased Ministerial Authority and Accountability) and Public Service 2000, but indicates also the growing importance of corporate identity management in institutions that undergo fundamental change in corporate culture.

Corporate identity encompasses much more than symbols and design, it is central to corporate communications and should be part of an institution's management function. This guide outlines the principles of corporate identity and relates them to a public sector institution. It is intended to clarify government policy on the management of corporate identity and to point out links with service to the public. Furthermore, the guide describes how federal institutions can express their own visual identity within the framework of the Federal Identity Program.

Applicable publications

This section of the FIP Manual should be used with the following policies:

Communications volume, *Treasury Board Manual*

- Government Communications Policy
- Federal Identity Program Policy

Introduction

Le Programme de coordination de l'image de marque (PCIM) confie à chaque institution le soin de gérer son image de marque selon la politique et les normes du gouvernement. Le présent guide vise à axer cette fonction sur la gestion et les résultats plutôt que sur l'observation et la coordination. Cette nouvelle approche, conforme à l'esprit de la politique du gouvernement en matière de communication, de l'APRM (Accroissement des pouvoirs et des responsabilités ministériels) et de Fonction publique 2000, témoigne en plus de l'importance croissante qu'occupe la gestion de l'image de marque dans les institutions qui vivent un changement fondamental de leur culture d'entreprise.

L'image de marque englobe bien plus que les symboles et le design. Elle se situe au coeur des communications et doit faire partie intégrante de la fonction de gestion. Le présent guide énonce les principes de l'image de marque dans leur application au sein du secteur public. Il vise à clarifier la politique du gouvernement visant la gestion de l'image de marque et à souligner les liens qui existent avec les services offerts au public. En outre, le guide décrit comment les institutions fédérales peuvent exprimer visuellement leur propre image dans le cadre du Programme de coordination de l'image de marque.

Publications relatives au sujet

Cette section devra être consultée avec les politiques suivantes:

Volume des communications, *Manuel du Conseil du Trésor*

- Politique du gouvernement en matière de communications
- Politique du Programme de coordination de l'image de marque

Corporate Identity

Concept and purpose

The concept of corporate identity and its management evolved over the last 50 years, and programs are now in place in most large organizations in the private as well as the public sector. Generally defined as a management technique for communicating an organization's unique characteristics in a memorable manner, corporate identity is based on the premise that key publics must perceive an organization clearly and accurately if management objectives are to be achieved.

It can be said that every organization, regardless of size, has a corporate identity, and it can be either formal or informal. The question is whether an organization manages its corporate identity in the most effective and purposeful manner possible.

The function of management is to ensure that all corporate communications reflect the organization and its goals in a consistent and positive manner, reinforcing each other. In the public sector this means corporate identity management based on public policy and service to the public, and consistent with an institution's strategic communications plans.

An identity program is not a "quick fix" to a problem of corporate communications, nor should it be seen as a cosmetic that can represent something the institution is not. In developing an identity one must examine the institution's past, its present situation and where it wants to be. It involves long-range planning and represents an integral part of corporate strategy. Designing a corporate identity is the most complex of graphic design activities and it is essential to obtain the support of senior management both for its creation and its maintenance.

The fundamental idea behind a corporate identity program is that everything the institution does, everything it owns, every service it provides, should project a clear idea of what the institution and its goals are. Managing identity is taking a comprehensive view of an institution's activities, how these are being identified and how the public perceives the institution.

Image de marque

Concept et objet

Le concept de l'image de marque et sa gestion ont évolué au cours des 50 dernières années et la plupart des grands organismes, tant privés que publics, ont désormais leur programme d'image de marque. L'image de marque, qui se définit généralement comme une technique de gestion pour communiquer d'une manière mémorable les caractéristiques propres à un organisme, part du principe que les publics clés doivent avoir une perception nette et exacte de l'organisme pour que ce dernier puisse atteindre ses objectifs de gestion.

On peut dire que chaque organisme, quelle que soit sa taille, a une image de marque qui peut être officielle ou officieuse. La question est de savoir si un organisme gère son image de marque de la manière la plus efficace et la plus avisée possible.

La gestion a pour fonction de veiller à ce que toutes les communications de l'organisme reflètent ce dernier et ses objectifs d'une manière uniforme et favorable, en les renforçant mutuellement. Pour un organisme du secteur public, cela signifie une gestion de l'image de marque fondée sur la politique publique et le service au public et conforme à la stratégie de communications de l'organisme.

Le programme d'image de marque n'est pas la panacée aux problèmes de communication de l'organisme et il ne faut pas y voir un moyen cosmétique de représenter ce que l'organisme n'est pas. Pour créer une image de marque, il faut étudier le passé de l'organisme, sa situation actuelle et son orientation future. Cela s'inscrit dans une planification à long terme et fait partie intégrante de la stratégie d'ensemble de l'organisme. La conception d'une image de marque est la plus complexe des activités de conception graphique et il est essentiel d'obtenir l'appui de la haute direction, tant pour sa création que pour son maintien.

L'idée fondamentale qui sous-tend un programme d'image de marque est que tout ce que fait l'organisme, tout ce qui lui appartient, chaque service qu'il offre, doit projeter une image nette de l'organisme et de ses objectifs. La gestion de l'image de marque perçoit globalement les activités de l'organisme, la façon dont elles sont identifiées et la perception de l'organisme dans la population.

How it is communicated

An institution's corporate identity is expressed in numerous ways, both explicitly and implicitly. When considering identity in a broad sense, the term corporate image is often used. It deals with the general impression of an institution held by various publics, interest groups, including employees, and it touches virtually all aspects of an institution's activities. Corporate image is constantly being communicated internally and externally and its sources can be classified as follows:

Nomenclature The titles used for the institution, its branches and divisions, as well as the words used to identify programs, services and offices; it includes the titles of personnel.

Organization The hierarchy of an institution; the degree of relationship between the institution and organizational entities.

Graphic elements The symbols, logotypes, corporate signatures, typestyles, formats and colours; all forms of visual communication.

Formal statements Statements emanating from the institution and intended to clarify its mission, objectives or uniqueness for both internal and external publics.

Formal recognition Awards, certificates and citations presented by the institution.

Continuous media Stationery, calling cards, forms, signage, facilities (interior and exterior), vehicle identification.

Transient media Published material, audio-visual productions, exhibits, advertising, public relations, special events, speeches and presentations.

The publics

Although corporate identity focuses on communications with the public, it applies equally to internal communications. An institution would appear confused if clients and employees were to receive different messages. This means that all information material for both external and internal use should clearly convey the institution's corporate identity. The design of this material expresses an institution's personality, its unique identity.

Mode de communication

L'image de marque d'un organisme s'exprime de diverses façons, tant explicitement que de façon implicite. L'image de marque, dans son sens le plus large, s'appelle souvent l'image de l'organisme. Son objet est l'impression générale que divers publics et groupes d'intérêt, dont les employés, reçoivent de l'organisme, et la façon dont elle touche virtuellement tous les aspects des activités de celui-ci. L'image de l'organisme se communique constamment sur les plans interne et externe et ses sources peuvent se classer comme suit:

Nomenclature Les titres utilisés par l'organisme, ses directions et divisions, ainsi que les mots qui servent à identifier des programmes, services et bureaux; elle comprend les titres du personnel.

Organisation La hiérarchie d'un organisme, le degré de rapport entre celui-ci et les entités organisationnelles.

Éléments graphiques Les symboles, logotypes, signatures des organismes, caractères typographiques, formats et couleurs; toutes les formes de la communication visuelle.

Énoncés officiels Énoncés émanant de l'organisme et visant à préciser sa mission, ses objectifs ou son unicité, tant pour ses publics internes qu'externes.

Reconnaissance officielle Les primes, les certificats et les mentions présentés par un organisme.

Supports permanents Articles de papeterie, cartes de visite, formules, signalisation, installations (intérieures et extérieures), identification des véhicules.

Médias transitoires Matériel d'information, productions audio-visuelles, expositions, publicité, relations publiques, activités spéciales, discours et exposés.

Publics

Même si l'image de marque de l'organisme se concentre sur les communications avec le public, elle s'applique également aux communications internes. Il se dégagerait une impression de confusion si les clients et les employés de l'organisme recevaient des messages différents. Cela signifie que tout matériel d'information destiné à l'externe ou à l'interne doit clairement projeter l'image de marque de l'organisme. La présentation graphique de ce matériel exprime la personnalité de l'organisme, son identité propre.

Corporate identity of the Government of Canada

For a public administration as diverse and decentralized as the Government of Canada, the FIP serves as a major unifying element. It promotes visual coherence and helps the public to recognize federal programs and to distinguish them from those of other levels of government. By establishing a visual link between the majority of federal institutions (see note below), the Program also gives public servants a sense of identity as employees of the Government of Canada.

The framework established by FIP policy is intended to maintain a coherent corporate identity of the government as a whole, while at the same time providing scope to individual institutions when expressing their identity.

The framework of FIP consists of:

- three corporate symbols (Coat of Arms, flag, ''Canada'' wordmark);
- use of the two official languages;
- approved titles of institutions;
- general rules on signatures, typography, colours;
- design standards for key applications (stationery, signage and vehicle markings).

Fields of applications such as advertising, published material, forms, audio-visual productions, expositions, as well as personnel identification, are subject to the general rules on corporate identity but their design is at the discretion of each institution.

Note: Exceptions are institutions that have been specifically exempted from FIP policy or are excluded in view of their legal status.

The government's signature

The ''Government of Canada'' signature has a broad range of applications, including items intended for government-wide use, activities involving two or more institutions, and facilities occupied by several government institutions. The signature is also used to identify certain boards, councils and committees, and to convey government sponsorship of shared-cost programs (e.g. those involving a provincial or territorial government).

Image de marque du gouvernement du Canada

Pour une administration publique aussi diversifiée et décentralisée que le gouvernement du Canada, le programme sert d'élément unificateur de premier calibre. Il favorise une cohérence visuelle et aide le public à reconnaître les programmes fédéraux et à les distinguer de ceux des autres paliers de gouvernement. En établissant un lien visuel entre la majorité des institutions fédérales (voir note ci-dessous), le programme donne également aux fonctionnaires un sentiment d'identité à titre d'employés du gouvernement du Canada.

Le cadre établi par la politique relative au PCIM vise le maintien d'une image de marque cohérente au sein du gouvernement dans son ensemble, tout en permettant aux institutions particulières d'exprimer leur propre identité.

Essentiellement, ce cadre comprend:

- les trois symboles de l'image de marque (armoiries, drapeau et mot-symbole «Canada»);
- l'utilisation des deux langues officielles;
- les titres autorisés des institutions;
- les règles générales régissant la signature, la typographie et les couleurs; et
- les normes graphiques visant les applications clés (articles de papeterie, signalisation et marquage des véhicules).

Les domaines d'application comme la publicité, les imprimés, les formules, les productions audio-visuelles, les expositions, ainsi que l'identification du personnel, sont assujettis aux règles générales régissant l'image de marque, mais leur conception est laissée à la discrétion de chaque institution.

Note: Certaines institutions ont été expressément exemptées de la politique relative au PCIM ou en sont exclues en raison de leur statut juridique.

La signature du gouvernement

La signature «Gouvernement du Canada» a un large éventail d'applications, y compris les articles utilisés à l'échelle du gouvernement, les activités mettant en cause deux organismes ou plus, et les installations occupées par plusieurs institutions du gouvernement. La signature sert également à identifier certains conseils et comités, et pour indiquer la participation du gouvernement à des programmes à coûts partagés (p. ex. ceux qui mettent en cause une administration provinciale ou territoriale).

Service to the public

Identification, recognition and access are aspects of both corporate identity and service to the public. The clear and consistent identification of an institution helps the public to find and access programs and services. This means applying corporate signatures and organizational titles in a coherent manner and ensuring that the identification is functional and user oriented. Integral to the government's policy on corporate identity and service to the public is the principle of presenting the two official languages with equal prominence. Design standards help to ensure a uniform presentation of the two languages.

Making connections

When making an enquiry, citizens contact the government by telephone, mail, or in person and use different sources of information in the process. Such sources include telephone directory "blue pages", government and private sector directories and indexes, departmental information services, public libraries, Reference Canada (the government's telephone referral service), constituency offices, as well as government publications, advertisements and forms.

The process of making an enquiry can be complex and frustrating because many people don't know which department or agency (or which level of government) is responsible for the program or service they are seeking. In view of the complexity of the federal administration, its dynamics and the multitude of sources of information, a systems approach assists the public when making enquiries. Such an approach entails the consistent use of corporate signatures, titles, keywords, abbreviations and addresses, and involves cross-referencing and indexing. An institution's corporate identity program can provide key elements when designing public enquiry mechanisms.

When developing sources of information or establishing enquiry mechanisms, institutions should ensure they are functional and meet the needs of the public rather than satisfy bureaucratic prerogatives. Government programs and services should be identified and described by using plain language, a functional design approach and a simple, consistent style.

Service au public

Les notions d'identification, de reconnaissance et d'accès sont des aspects qui s'appliquent à la fois à l'image de marque et au service au public. L'identification claire et uniforme d'une institution aide le public à trouver les programmes et services dont il a besoin. Cela signifie qu'il faut appliquer les signatures et les titres des organismes de façon cohérente et veiller à ce que l'identification soit fonctionnelle et axée sur les usagers. Le principe de la présentation des deux langues officielles avec une importance égale fait partie intégrante de la politique du gouvernement visant l'image de marque et le service au public. Des normes graphiques contribuent à assurer une présentation uniforme des deux langues.

Établir des liens

Lorsqu'ils effectuent une demande de renseignements, les citoyens communiquent avec le gouvernement par téléphone, par courrier ou en personne et se servent de diverses sources d'information. Ces sources comprennent les «pages bleues» de l'annuaire téléphonique, les répertoires et les index du secteur privé et du gouvernement, les services d'information des ministères, les bibliothèques publiques, Référence Canada (le service de renvoi téléphonique du gouvernement), les bureaux de circonscription, ainsi que les publications, les annonces publicitaires et les formulaires du gouvernement.

Effectuer une demande de renseignements peut s'avérer une tâche complexe et frustrante, car de nombreuses personnes ne savent pas quel ministère ou organisme (ou quel palier de gouvernement) est responsable du programme ou du service recherché. Compte tenu de la complexité de l'administration fédérale, de sa dynamique et de la multitude de sources d'information, une approche systémique permet de venir en aide au public lorsqu'il effectue des demandes de renseignements. Cette approche comporte l'utilisation uniforme de signatures, de titres, de mots clés, d'abréviations et d'adresses et fait appel aux renvois croisés et à l'indexation. Le programme d'image de marque d'une institution peut fournir des éléments clés lors de l'établissement de mécanismes visant à répondre aux demandes de renseignements du public.

Lorsqu'ils élaborent des sources de renseignements ou lorsqu'ils établissent des mécanismes pour répondre aux demandes de renseignements, les institutions doivent s'assurer qu'ils soient fonctionnels et qu'ils répondent aux besoins du public, plutôt que de satisfaire les prérogatives bureaucratiques. Les programmes et services du gouvernement doivent être identifiés et décrits en ayant recours à un langage simple, à un design fonctionnel et à un style simple et uniforme.

Government signage

Signage is a concrete example of how service to the public can be enhanced through communications systems and design standards. The FIP signage system is designed to help people find a government facility and locate a particular service or office within. Comprised of primary identification signs, directory boards, directional and locational signs, the system is being applied in federal buildings, regional and district offices, employment and immigration centres, passport offices, customs and taxation offices, ports of entry, health services facilities, schools, museums, passenger terminals and national parks.

The FIP signage system promotes functional communications and the use of plain language. A comprehensive set of graphic symbols, based on national and international standards, forms part of the system. It includes symbols related to health, safety, public facilities and services, as well as the symbol that indicates services in both official languages.

In summary, the signage system provides a uniform visual link among federal institutions and assists the public in recognizing and using government programs and services.

Signalisation du gouvernement

La signalisation est un exemple concret de la façon dont le service au public peut être amélioré grâce à des systèmes de communications et à des normes graphiques. Le système de signalisation du PCIM vise à aider les gens à trouver une installation gouvernementale et à repérer un service particulier ou un bureau au sein de ce dernier. Le système comprend les panneaux d'identification principaux, les tableaux répertoires, et les panneaux fonctionnels et directionnels. Il est en usage dans les immeubles fédéraux, les bureaux régionaux et de district, les centres d'emploi et d'immigration, les bureaux de passeports, les bureaux de douane et centres fiscaux, les ports d'entrée, les installations des services de santé, les écoles, les musées, les gares et les parcs nationaux.

Le système de signalisation du PCIM favorise des communications fonctionnelles et l'utilisation d'un langage simple. Un jeu exhaustif de symboles graphiques, reposant sur des normes nationales et internationales, fait partie intégrante du système. Il comprend des symboles reliés à la santé, à la sécurité, aux services et aux installations publiques, ainsi que le symbole indiquant des services offerts dans les deux langues officielles.

En résumé, le système de signalisation fournit un lien visuel uniforme entre les institutions fédérales et aide le public à reconnaître et à utiliser les programmes et services du gouvernement.

Managing an institution's corporate identity

The management of corporate identity involves the initial phase of selecting a name and adopting a signature and the ongoing activity of implementation.

The need to manage corporate identity is now well recognized. Studies of both the private and public sector indicate that organizations known for innovative management share similar characteristics:

- they create a clear link between corporate strategy, internal and external communications and the management of corporate identity;
- they recognize visual identity and design as a management tool and use it in a planned and coherent manner;
- they demonstrate leadership and excellence in their services and products and communicate it clearly and consistently;
- their corporate identity conveys a sense of purpose that is expressed to both employees and clients; and
- they see their corporate identity as an important asset that must be prized and developed.

In summary, the purpose of managing corporate identity is to achieve clear and effective identification of all activities, consistent with strategic plans for communicating programs. An institution's identity should convey a sense of purpose, quality and integrity. It is a task that requires the full support of senior management and the active involvement of those concerned.

Nomenclature

An institution's title is key to its identity. The words used help to define and position the institution. The selection of a title is one of the most important decisions and requires the approval of ministers (see FIP policy).

A title that can be communicated effectively and be remembered readily represents a distinct advantage in communications with the public. Choosing a title also means positioning the organization in relation to others. Ideally, a name should be distinctive and not share similarities. For example, when an estimated 5,000 organizations have titles beginning with the word ''Canadian'', it is evident that recognition can be difficult.

Applied titles

FIP policy requires institutions to adopt an approved title for use in their signature. Referred to as ''applied titles'', these names have a dual purpose: to express the function or nature of the institution to the public and to identify it as an institution of the Government of Canada.

Gestion de l'image de marque d'une institution

La gestion de l'image de marque passe par la phase initiale de la sélection d'un nom et de l'adoption d'une signature, ainsi que par des activités permanentes de mise en oeuvre.

Le besoin de gérer l'image de marque est désormais bien reconnu. Des études des secteurs public et privé démontrent que les organismes reconnus pour leur gestion innovatrice partagent des caractéristiques analogues:

- ils établissent un lien clair entre la stratégie de l'organisme, les communications internes et externes et la gestion de l'image de marque;
- ils reconnaissent l'identité visuelle et le design comme un outil de gestion et l'utilisent de façon concertée et cohérente;
- ils font preuve de leadership et d'excellence dans leurs services et leurs produits et communiquent leur message de façon claire et uniforme;
- leur image de marque transmet un sentiment de direction aux employés et aux clients; et
- ils considèrent leur image de marque comme un atout important qui doit être prisé et développé.

En résumé, la gestion de l'image de marque a pour objet d'identifier clairement et efficacement toutes les activités, en conformité avec les plans stratégiques de communication. L'image de marque d'une institution doit transmettre un sentiment de direction, de qualité et d'intégrité. Cette tâche exige l'attention sérieuse et active des intéressés.

Nomenclature

Le titre d'une institution est la clé de son image de marque. Les termes utilisés dans son nom contribuent à définir l'organisme. Le choix d'un titre s'avère l'une des décisions les plus importantes et exige l'approbation des ministres (voir la politique du PCIM).

Un titre qui peut être communiqué efficacement et dont on se rappelle facilement constitue un avantage certain dans les communications avec le public. Choisir un titre, c'est aussi déterminer la position de l'organisme par rapport aux autres. Idéalement, un nom devrait être distinctif et ne devrait pas partager de similarités. Lorsqu'un grand nombre d'organismes ont des titres qui commencent avec le même mot, il est évident qu'il peut s'avérer difficile de les reconnaître entre eux. En anglais, par exemple, on peut trouver environ 5 000 organismes qui ont des titres qui commencent avec le mot «Canadian».

Titres d'usage

La politique du PCIM exige que les institutions adoptent un titre autorisé pour leur signature. Ces titres sont désignés par l'expression «titres d'usage» et ont pour double objet de faire connaître au public la fonction ou la nature d'une institution et d'identifier cette dernière comme partie intégrante du gouvernement du Canada.

The requirement for applied titles stems from the development of FIP policy in the mid-seventies when existing legal titles were often long and sometimes convoluted. There was no intent, however, to perpetuate the need for both legal and applied titles when naming new federal institutions. This means that legislation establishing the institution should refer to a title that meets the criteria of FIP policy. Similarly, certain departments have made reference to their applied title while amending their Act, thus eliminating the need to distinguish between legal and applied titles.

Based on the criteria set out in the policy, these are examples of applied titles:

Forestry Canada
Agriculture Canada
Communications Canada
Department of Finance Canada
Energy, Mines and Resources Canada
Industry, Science and Technology Canada
Medical Research Council of Canada
National Archives of Canada
Public Works Canada
Statistics Canada
Tourism Canada

The applied titles, legal titles and abbreviations of government organizations are listed in ''Titles of federal organizations'', issued by the Treasury Board Secretariat as Appendix C of the FIP policy. Here is an example:

Health and Welfare Canada (HWC)
Department of National Health and Welfare

Titles of programs and services

Referred to as ''service titles'', these are names that identify an organizational unit, program or service and that appear in conjunction with the title of the parent organization. Their creation is at the discretion of each institution. The English and French titles should be developed in parallel and certain principles should be observed when determining the wording. A title should:

- be as brief as possible to promote effective communication;
- begin with a key word and avoid the repetition of words or concepts used in the title of the parent organization;
- respect the linguistic usage in both official languages; and
- not contain an abbreviation or ampersand (&).

Naming a program or service should be done in context with the institution's title. When words (or concepts) such as Canadian, Canada, Government, Federal or National are conveyed by the institution's title, it would be redundant to repeat them in the

L'exigence à l'égard des titres d'usage est née avec la politique du PCIM au milieu des années 70 quand les appellations légales étaient souvent longues et parfois complexes. Il n'était pas question cependant de donner à la fois un titre d'usage et une appellation légale aux nouvelles institutions fédérales. En conséquence, la loi de constitution de l'institution devrait employer un titre conforme aux critères de la politique du PCIM. De plus, certains ministères ont seulement conservé leur titre d'usage au moment de la modification de leur loi de constitution, ce qui élimine la distinction entre titre d'usage et appellation légale.

Les exemples suivants furent créés selon les critères de la politique:

Travail Canada
Environnement Canada
Protection civile Canada
Ministère de la Justice Canada
Bibliothèque nationale du Canada
Commission de la fonction publique du Canada
Affaires indiennes et du Nord Canada
Consommation et Corporations Canada
Service correctionnel Canada
Revenu Canada, Impôt
Référence Canada

Les titres d'usage, les appellations légales et les abréviations des organismes du gouvernement sont énumérés dans le document intitulé «Titres des organismes fédéraux», publié par le Secrétariat du Conseil du Trésor comme appendice C de la politique du PCIM. Voici un exemple:

Santé et Bien-être social Canada (SBSC)
Ministère de la santé nationale et du Bien-être social

Titres des programmes et services

Connus par l'expression «titres des services», ces noms identifient une unité, un service ou un programme et paraissent avec le titre de l'organisme parent. Leur création est laissée à la discrétion de chaque institution. Les titres français et anglais devraient être élaborés en parallèle et certains principes doivent être respectés pour établir leur libellé. Un titre devrait:

- être aussi court que possible de manière à permettre une communication efficace de l'information;
- commencer par un mot clé et éviter la répétition de mots ou de concepts utilisés dans le titre de l'organisme parent;
- respecter l'usage linguistique de chaque langue officielle; et
- ne comporter ni abréviation ni esperluète (&).

Il faut nommer un programme ou un service en tenant compte du titre de l'institution. Lorsque des mots (ou des concepts) comme canadien, Canada, gouvernement, fédéral ou national sont communiqués par le titre de l'institution, il est inutile de les répéter dans le titre du service.

service title. To achieve brevity, the omission of terms that reflect an organization's structure may be considered (e.g. Administration, Office, Branch or Division). These terms describe an organization's hierarchy but may be of little significance to the public that relies on key words to locate and gain access to services. The example indicates how a title may be modified for purposes of the signature:

Environment Canada
Canadian Parks Service

Pour demeurer concis, on peut envisager d'omettre des termes qui reflètent la structure de l'organisme (p. ex. administration, bureau, direction ou division). Ces termes décrivent la structure hiérarchique de l'organisme, mais peuvent n'avoir que peu d'importance pour le public qui compte sur les mots clés pour repérer des services et y avoir accès. L'exemple illustre comment on peut modifier un titre aux fins d'une signature:

Environnement Canada
Service canadien des parcs

Environment Canada
Parks Service

Environnement Canada
Service des parcs

Abbreviations

Symptomatic of a bureaucracy, abbreviations are part of its nomenclature. Critics refer to them as alphabet soup because few abbreviations are distinct identifiers or have the potential of becoming widely known. Nevertheless, it would be unrealistic to dismiss them from government communications because they provide a convenient ''shorthand''. To ensure an abbreviation is understood, it should always appear in the context of the full title.

Abréviations

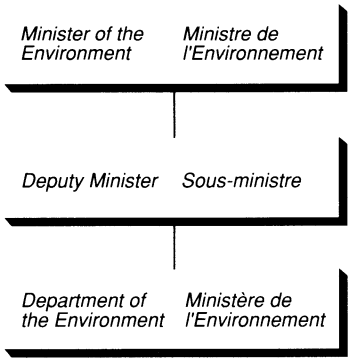
Symptomatiques d'une bureaucratie, les abréviations font partie de sa nomenclature. Ceux qui s'y opposent en parlent comme une soupe à l'alphabet, car peu d'abréviations permettent d'identifier distinctement un organisme ou ont le potentiel de devenir largement reconnus. Néanmoins, il ne serait pas réaliste de les supprimer des communications gouvernementales car elles fournissent une «sténo» pratique. Pour s'assurer qu'une abréviation soit comprise, elle doit toujours figurer dans le contexte du titre complet.

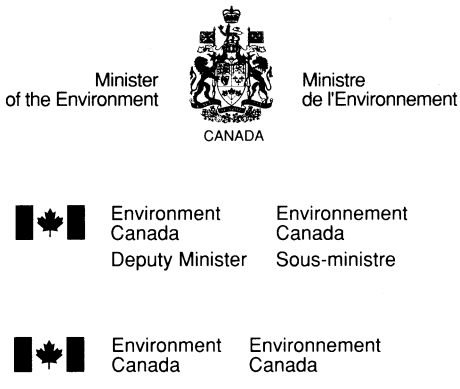
Corporate signatures

An organization's structure is expressed through its corporate signatures. In that sense, the ''Government of Canada'' signature is the universal identifier, whereas ministers, senior officials, departments, branches, agencies, boards, commissions and programs are identified by distinct signatures. The example indicates the relationship between organizational structure and corporate signatures.

Signatures

La structure d'un organisme s'exprime par l'entremise de sa signature. En ce sens, la signature «Gouvernement du Canada» constitue l'identification universelle, alors que les ministres, hauts fonctionnaires, ministères, directions, organismes, conseils, commissions et programmes sont identifiés par des signatures distinctes. L'exemple illustre la relation entre la structure d'un organisme et les signatures.





Development

Signatures are developed for new institutions or programs, or an existing signature may be modified to meet changing requirements. Institutions may have several variants of their signature, a feature common among departments that are decentralized or that manage a variety of programs and services. The creation of a signature should be based on a clear understanding of the institution's corporate structure, its goals and, of course, the communications objectives. Government programs can be identified by different means, e.g. by a signature that identifies the program together with the parent institution and conveys organizational structure, or by a signature that identifies the program as a separate entity without reference to the parent institution. The different means provide flexibility when linking corporate identity with an organization's communications strategy.

A signature must be functional. The key is to determine a title that best reflects management objectives, is meaningful to the public and communicates the information clearly.

Conception

On établit les signatures des nouvelles institutions ou des nouveaux programmes, ou encore une signature existante peut être modifiée pour tenir compte de la modification des exigences. Les institutions peuvent avoir plusieurs variantes de leur signature, une caractéristique commune des ministères décentralisés ou qui gèrent un éventail de programmes et de services. La création d'une signature doit reposer sur une bonne compréhension de la structure de l'institution, de ses objectifs et, évidemment, de ses objectifs en matière de communications. On peut identifier les programmes gouvernementaux de diverses façons, notamment par une signature identifiant le programme avec l'organisme parent et reflétant la structure de l'organisme ou par une signature identifiant le programme comme une entité distincte, sans faire référence à l'organisme parent. Ces divers moyens offrent une certaine souplesse lorsqu'il s'agit de relier l'image de marque à la stratégie de communications d'une institution.

Une signature doit être fonctionnelle. Il faut donc choisir un titre qui reflète le mieux possible les objectifs de gestion, qui soit significatif pour le public et qui communique clairement l'information désirée.

Government of Canada
Privy Council Office
Public Service 2000

Gouvernement du Canada
Bureau du Conseil privé
Fonction publique 2000

Industrie, Sciences et Technologie Canada

Industry, Science and Technology Canada

Office de tourisme du Canada

Canadian Government Office of Tourism

Tourisme Canada

Tourism Canada

Environment Canada
Parks Service

Environnement Canada
Service des parcs

Environment Canada
Conservation and Protection

Environnement Canada
Conservation et protection

Environment Canada
Atmospheric Environment

Environnement Canada
Environnement atmosphérique

Content and form

The creation of a signature involves words and typography. It is a process that is verbal and visual and consists of arranging, organizing and designing. The goal is to express a signature in typographic terms; to strengthen the significant, or to make the important stand out against the less important. Generally, there are different options to present a signature and these should be compared when choosing the final design.

Contenu et forme

La création d'une signature fait appel à la terminologie et à la typographie. Il s'agit d'un processus à la fois verbal et visuel qui fait appel à la conception, à l'organisation et à l'arrangement. L'objectif est d'en arriver à exprimer une signature en termes typographiques, à renforcer les éléments importants ou à faire ressortir ce qui est important par rapport à ce qui l'est moins. Règle générale, il y a diverses options pour la présentation d'une signature et il faut les comparer pour choisir le design définitif.

Short versions

To meet special requirements, some institutions may need to adopt a short version of their applied title. Short versions are effective when viewing conditions or space restrictions call for a concise signature. For example, the Canadian Coast Guard uses the brief title *Coast Guard* when identifying its fleet; and Employment and Immigration Canada uses the title *Immigration Canada* when identifying activities related to immigration only. Institutions that create a short version of their title should register it in the FIP policy.

Versions abrégées

Pour répondre à des exigences particulières, certaines institutions ont besoin d'adopter une version abrégée de leur titre d'usage. Les versions abrégées sont efficaces lorsque les conditions de perception ou le manque d'espace exigent une signature concise. Par exemple, la Garde côtière canadienne se sert du titre abrégé *Garde côtière* pour identifier sa flotte; et Emploi et Immigration Canada utilise le titre *Immigration Canada* pour identifier les activités qui ne visent que l'immigration. Les institutions qui établissent une version abrégée de leur titre doivent la faire inscrire dans le cadre de la politique du PCIM.

Dynamics of corporate identity

Public recognition of an institution is achieved and reinforced through the consistent application of its corporate signature. While continuity and uniformity are important factors of corporate identity, it is also clear that corporate identity and visual communications are dynamic and therefore subject to changes in corporate culture and strategy.

Managing corporate identity means flexibility to respond to new strategies while at the same time preserving the institution's permanent values. Any modification should be carefully analyzed and planned.

Dynamique de l'image de marque

La reconnaissance d'une institution par le public est réalisée et renforcée grâce à l'application uniforme de sa signature. Même si la continuité et l'uniformité sont des facteurs importants de l'image de marque, il est également clair que l'image de marque et les communications visuelles sont dynamiques et donc assujetties aux changements touchant la stratégie et la culture de l'organisme.

Pour gérer l'image de marque, il faut faire preuve de souplesse pour pouvoir répondre aux nouvelles stratégies tout en préservant les valeurs permanentes de l'institution. Toute modification doit être soigneusement analysée et planifiée.

Quality and integrity

Managing corporate identity also means being responsible for its quality and integrity. The full recognition value of a corporate identity depends on good quality reproduction which should be monitored in all applications (e.g. forms, published material, motor vehicles, signs and directory boards).

The integrity of an institution's corporate identity can be undermined if the use of other symbols is not controlled. FIP policy restricts the use of other symbols, including those intended for government-wide use.

Qualité et intégrité

Gérer l'image de marque signifie également être responsable de sa qualité et de son intégrité. Pour qu'une image de marque soit bien reconnue, la reproduction doit être de bonne qualité et devrait être surveillée dans toutes ses applications (p. ex. les formulaires, imprimés, véhicules automobiles, panneaux et tableaux répertoires).

L'intégrité de l'image de marque d'une institution peut être minée lorsque l'utilisation d'autres symboles n'est pas contrôlée. La politique du PCIM limite l'utilisation d'autres symboles, y compris ceux qui sont destinés à un usage à l'échelle du gouvernement tout entier.

Visual Identity

An institution's visual identity is expressed in many ways and is much broader than corporate identity. The purpose of managing an institution's visual identity is to ensure that corporate goals are visualized and communicated effectively. It is based on the premise that decisions on the design of corporate communications should not be made in isolation. In that sense corporate identity and visual identity have similar objectives.

The corporate "look"

Institutions can make their visual communications more effective and coherent by establishing a corporate "look". This means developing a visual identity for those applications *not* subject to FIP design standards. The need to take such an approach varies from organization to organization and is at the discretion of each institution. A project that defines an institution's visual identity will require the support and approval of senior management and should come under the responsibility of the corporate identity manager.

The benefit of using a systems approach to make visual communications more coherent has been recognized by federal institutions with major publishing programs or significant investments in facilities or equipment. Some institutions developed simple guidelines while others are using comprehensive manuals; among these are: Canadian Coast Guard; Canadian International Development Agency; Emergency Preparedness Canada; National Archives of Canada; National Research Council Canada; Statistics Canada; Supply and Services Canada; and Transport Canada.

Development

Generally, graphic standards establish corporate colours, typefaces, layouts or formats and most often apply to the design of published material. Outlined below is a suggested best-practices approach.

Key to developing graphic standards is the design brief that defines the project. It requires research into past practices of designing and producing published material, defining the objectives and writing the actual brief. The design brief should establish a firm understanding of the project, its scope, objectives and restraints. It should provide management with a document that can be used throughout the development phase and against which design proposals can be compared.

Identité visuelle

L'identité visuelle d'une institution s'exprime de nombreuses façons et dépasse largement l'image de marque. Le but de la gestion de l'identité visuelle d'une institution est de faire en sorte que ses objectifs soient visualisés et communiqués efficacement. Cette gestion part du principe que les décisions reliées à la conception des communications ne doivent pas être prises isolément. En ce sens, l'image de marque et l'identité visuelle visent des objectifs analogues.

«Caractère» distinctif

Les institutions peuvent rendre leurs communications visuelles plus efficaces et plus cohérentes en se donnant un «caractère» distinctif. Cela signifie qu'ils développent une identité visuelle pour les applications *non-assujetties* aux normes graphiques du PCIM. La nécessité de procéder de la sorte varie d'une institution à l'autre et est laissée à la discrétion de chaque institution. Tout projet visant à définir l'identité visuelle d'une institution doit obtenir l'appui et l'approbation de la haute direction et doit relever du gestionnaire chargé de l'image de marque.

L'avantage d'utiliser une approche systémique pour rendre les communications visuelles plus cohérentes a été reconnu par les institutions fédérales qui ont lancé de vastes programmes d'édition ou ont investi des sommes importantes dans les installations ou l'équipement. Certaines institutions ont établi des lignes directrices simples alors que d'autres ont recours à des manuels détaillés; parmi elles figurent : la Garde côtière canadienne, l'Agence canadienne de développement international, Protection civile Canada, les Archives nationales du Canada, le Conseil national de recherches du Canada, Statistique Canada, Approvisionnements et Services Canada et Transports Canada.

Conception

En règle générale, les normes graphiques établissent les couleurs, les caractères typographiques et les présentations, et s'appliquent le plus souvent à la conception des imprimés. Voici une méthode qui regroupe les meilleures pratiques.

L'élément clé pour l'élaboration des normes graphiques est le mémoire de conception qui définit le projet. Il exige des recherches pour déterminer les pratiques antérieures de conception et de production des imprimés, la définition des objectifs et la rédaction du mémoire comme tel. Le mémoire doit démontrer que l'on comprend bien la nature du projet, sa portée, ses objectifs et ses limites. Il devrait fournir à la direction un document pouvant être utilisé à toutes les étapes de la phase de conception et on devrait pouvoir s'en servir pour comparer les propositions de design.

A brief that defines the design and presentation of published material should address the following aspects: nature of the information or subject matter; program objectives; communications strategy and corporate identity; user publics; official languages; budget; production; marketing; distribution; and sales. In addition, the design brief should state any objectives related to government-wide priorities (e.g. environmental protection).

Once the most effective design solution has been determined and approved by the institution, all design requirements should be translated into a set of guidelines or standards. Intended for the various specialists involved (e.g. editors, planners, designers, typesetters, printers) the guidelines become a practical tool in the design and production process.

Ideally, graphic standards should create a framework or structure without limiting the creative process. Because visual communications and design are dynamic, a proper balance should be struck between firm rules and guidelines that allow flexibility and encourage innovation.

Un mémoire définissant le design et la présentation des imprimés doit aborder les aspects suivants : la nature de l'information ou du sujet; les objectifs du programme; la stratégie en matière de communications et l'image de marque; les usagers; les langues officielles; le budget; la production; la commercialisation; la distribution; et les ventes. De plus, le mémoire devrait faire état des objectifs relatifs aux priorités de l'administration fédérale (p. ex. la protection de l'environnement).

Lorsque l'institution a choisi et approuvé la solution la plus efficace en matière de design, toutes les exigences de design doivent être transposées en un ensemble de lignes directrices ou de normes. Destinées aux divers spécialistes intéressés (p. ex. réviseurs, planificateurs, concepteurs, compositeurs et imprimeurs) ces lignes directrices deviennent un outil pratique dans le processus de design et de production.

Idéalement, les normes graphiques doivent établir un cadre ou une structure sans limiter le processus de création. Étant donné que les communications visuelles et le design sont dynamiques, il faut établir un bon équilibre entre des règles strictes et des lignes directrices qui permettent une certaine souplesse et encouragent l'innovation.

Advice and assistance

Each institution has named an official (referred to as FIP Coordinator) to manage its corporate identity. All enquiries regarding the guidelines should be routed through the FIP Coordinator of the institution.

The Administrative Policy Branch of Treasury Board Secretariat provides policy interpretation and advice on all aspects of corporate identity management and information design. Such advice includes the development of a visual identity within the framework of FIP but tailored to meet an institution's communications objectives.

Conseils et aide

Chaque institution a nommé un représentant chargé de la gestion de son image de marque. Cette personne est le coordonnateur ou la coordonnatrice du PCIM. Toute demande de renseignements concernant ces lignes directrices devrait être acheminée par le biais du coordonnateur ou de la coordonnatrice de l'institution concernée.

La Direction de la politique administrative du Secrétariat du Conseil du Trésor assure l'interprétation de la politique et donne des avis sur tous les aspects de la gestion de l'image de marque et du design. Entre autre, la Direction peut aider à concevoir des identités visuelles dans le cadre du PCIM tout en respectant les objectifs de communication de l'institution.

Definitions

For easy reference, certain terms established for FIP purposes are included here.

Application: the act of applying FIP design standards or general rules to an object (e.g. a sign, a vehicle).

Applied title: the approved name used in the signature to identify an institution, program or activity. See also *legal title, service title.*

"Canada" wordmark: the global identifier of the government; it consists of the word "Canada" with the Canadian flag over the final "a".

Design standard: the approved rules on the use of design elements outlined in the FIP policy. They prescribe elements such as shape, size, layout, colour, typography and use of symbols.

Field of application: the gamut of items that bear the identifying elements of FIP, e.g. stationery, vehicles, signs.

Legal title: the name that appears in the enabling legislation (act), proclamation, Order in Council, or other instrument used to create a branch of government. (See also *applied title.*)

Service title: the name that identifies an organizational unit, program, service or activity, and for purposes of a signature appears with the applied title of the parent institution. (See also *applied title, legal title.*)

Signature: the combination of a symbol and a title. (Also referred to as the corporate signature.)

Définitions

Pour des raisons de commodité, nous y avons inclus un certain nombre de termes employés par le PCIM.

Appellation légale: le nom figurant dans la loi d'habilitation, la proclamation, le décret ou tout autre instrument utilisé pour créer un organisme gouvernemental. Voir *titre d'usage.*

Application: le fait d'appliquer les normes graphiques ou les règles générales du PCIM aux objets tels qu'un panneau ou un véhicule.

Domaine d'application: l'ensemble des objets tels que les articles de papeterie, les véhicules, les panneaux de signalisation, qui portent les éléments d'identification du PCIM.

Mot-symbole «Canada»: il s'agit de l'identificateur universel du gouvernement; il comprend le mot «Canada», accompagné du drapeau canadien au-dessus du «a» final.

Norme graphique: règles approuvées prescrivant l'emploi des éléments de communication graphique du PCIM, tels que forme, taille, disposition, couleurs, typographie et utilisation des symboles.

Signature: ensemble constitué d'un symbole et d'un titre.

Titre de service: titre servant à identifier une unité organisationnelle, un programme ou un service et qui, dans une signature, est utilisé avec le titre d'usage de l'organisme parent. Voir *titre d'usage, appellation légale.*

Titre d'usage: titre autorisé, utilisé dans la signature et servant à identifier un organisme, un programme ou une activité. Voir *appellation légale, titre de service.*

Bibliography

Included here are selected titles on the management of corporate identity and design. Additional references, including corporate identity manuals of other government organizations, may be consulted in the reference library of the Federal Identity Program at the Treasury Board Secretariat.

Bernsen, Jens (ed.), *Design Management in Practice*, European/EEC Design Editions, Danish Design Council, Copenhagen, 1987.

Blackburn, Bruce, *Design Standards Manuals*, National Endowment for the Arts, U.S. Government Printing Office, Washington, D.C., 1977, (44 pp.).

Blake J., *A management guide to corporate identity*, Council of Industrial Design, London, 1971.

Éditions du Centre Georges Pompidou, *Images d'utilité publique*, Paris, 1988, (151 pp.).

Gerstner, Karl, *Compendium for Literates*, MIT Press, Boston, 1974, (180 pp.).

Gorb, Peter (ed.) *Design Talks*, London Business School, The Design Council, London, 1988, (311 pp.).

Gorb, Peter (ed.), *Living by design*, The partners of Pentagram, Lund Humphries Publishers Ltd., London, 1978, (300 pp.).

Heude, Rémi-Pierre, *L'image de marque*, Éditions Eyrolles, Paris, 1989, (186 pp.).

Hurlburt, Allen, *The design concept*, Watson-Guptill Publications, New York, 1981, (157 pp.).

Leblond, Jean-Claude, *Gouvernement du Québec – une nouvelle image de marque*, Antennes, numéro 13-14, 1979, pp. 44-49.

Mollerup, Per, *The Corporate Design Programme*, European/EEC Design Editions, Danish Design Council, Copenhagen, 1987, (117 pp.).

Murphy, J. and Rowe, M., *How to Design Trademarks and Logos*, North Light Books, Cincinatti, Ohio, 1988, (144 pp.).

Nakanishi, Motoo, *Corporate Design Systems*, PPC International, Inc., New York, 1985, (125 pp.).

Olins, Wally, *The Corporate Personality*, An inquiry into the nature of corporate identity, Mayflower Books Inc., New York, 1978, (215 pp.).

Olivetti, *Design Process, Olivetti 1908-1978*, Ing. C. Olivetti & Co., Italy, 1979, (278 pp.).

Selame, Elinor, *The Company Image*: building your identity and influence in the marketplace, John Wiley & Sons, Inc., 1988, (230 pp.).

Simpson, Maria (ed.), *Corporate Identity: Name, Image and Perception*, Conference Board Report No. 898, The Conference Board, Inc., New York, 1987, (46 pp.).

Schmittel, Wolfgang, *Corporate design*, ABC Edition, Zurich, 1984, (168 pp.).

Wurman, Richard S., *Information Anxiety*, Doubleday, New York, 1989, (356 pp.).

Bibliographie

Voici quelques titres choisis sur la gestion et la conception de l'image de marque. On peut consulter d'autres ouvrages, dont les manuels de l'image de marque d'autres organismes gouvernementaux, à la bibliothèque de référence du Programme de coordination de l'image de marque au Secrétariat du Conseil du Trésor.

Bernsen, Jens (éd.), *Design Management in Practice*, European/EEC Design Editions, Danish Design Council, Copenhague, 1987.

Blackburn, Bruce, *Design Standards Manuals*, National Endowment for the Arts, U.S. Government Printing Office, Washington (D.C.), 1977 (44 p.).

Blake, J., *A management guide to corporate identity*, Council of Industrial Design, Londres, 1971.

Éditions du Centre Georges-Pompidou, *Images d'utilité publique*, Paris, 1988 (151 p.).

Gerstner, Karl, *Compendium for Literates*, MIT Press, Boston, 1974 (180 p.).

Gorb, Peter (éd.), *Design Talks*, London Business School, The Design Council, Londres, 1988 (311 p.).

Gorb, Peter (éd.), *Living by design*. The partners of Pentagram, Lund Humphries Publishers Ltd., Londres, 1978 (300 p.).

Heude, Rémi-Pierre, *L'image de marque*, Éditions Eyrolles, Paris, 1989 (186 p.).

Hurlburt, Allen, *The design concept*, Watson-Guptill Publications, New York, 1981 (157 p.).

Leblond, Jean-Claude, *Gouvernement du Québec – une nouvelle image de marque*, Antennes, numéro 13-14, 1979, p. 44-49.

Mollerup, Per, *The Corporate Design Programme*, European/EEC Design Editions, Danish Design Council, Copenhague, 1987 (177 p.).

Murphy, J., et Rowe, M., *How to Design Trademarks and Logos*, North Light Books, Cincinatti, Ohio, 1988 (144 p.).

Nakanishi, Motoo, *Corporate Design Systems*, PPC International, Inc., New York, 1985 (125 p.).

Olins, Wally, *The Corporate Personality*, An inquiry into the nature of corporate identity, Mayflower Books Inc., New York, 1978 (215 p.).

Olivetti, *Design Process, Olivetti 1908-1978*, Ing. C. Olivetti & Co., Italie, 1979 (278 p.).

Selame, Elinor, *The Company Image*: building your identity and influence in the marketplace, John Wiley and Sons, Inc., 1988 (230 p.).

Simpson, Maria, (éd.), *Corporate Identity: Name, Image and Perception*, Conference Board Report No. 898, The Conference Board, Inc., New York, 1987 (46 p.).

Schmittel, Wolfgang, *Corporate Design*, ABC Edition, Zurich, 1984 (168 p.).

Wurman, Richard S., *Information Anxiety*, Doubleday, New York, 1989 (356 p).

Appendix A

Federal Identity Program

Appendice A

Programme de coordination de l'image de marque

Background

As with corporate identity programs generally, the Federal Identity Program (FIP) is based on the use of corporate symbols applied in conjunction with organizational titles. The corporate signatures serve to identify institutions as part of the Government of Canada, rather than as separate, independent entities. The origins of the government's corporate identity can be traced to the following events.

National Archives / Archives nationales

1921 The Canadian Coat of Arms was adopted by royal proclamation and introduced on government stationery. The colours red and white were declared to be Canada's official colours.

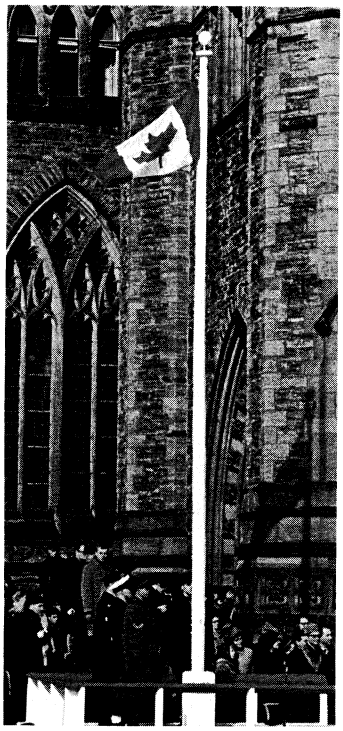


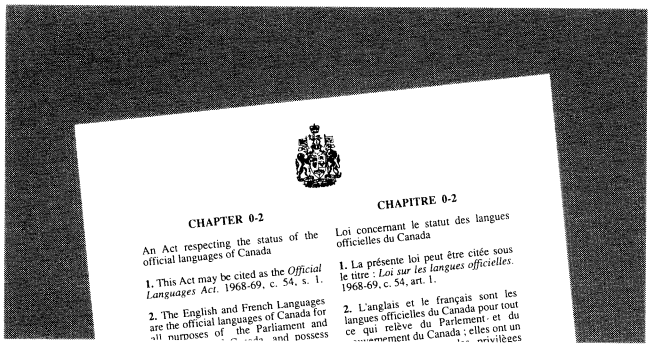
Photo: courtesy of the Department of State / Photo fournie gracieusement par le Secrétariat d'État

1965 The Canadian flag was adopted by royal proclamation. The maple leaf was confirmed as an official national symbol.

1969 The *Official Languages Act* was proclaimed, establishing the principle of equality of English and French.

1969 The Task Force on Government Information reported that the government was failing to make its presence known and that important federal programs were being carried out without the public being aware of their sponsorship.

In its report "To know and be known", the Task Force observed that organizations did not project a uniform, clearly identifiable image as functional parts of the same government. Many organizational titles failed to distinguish clearly public from private, or federal from provincial. Furthermore, through the use of different and uncoordinated symbols — many of very poor design — each organization identified itself as a separate entity.



CHAPTER 0-2

An Act respecting the status of the official languages of Canada

1. This Act may be cited as the *Official Languages Act*, 1968-69, c. 54, s. 1.

2. The English and French Languages are the official languages of Canada for all purposes of the Parliament and

CHAPITRE 0-2

Loi concernant le statut des langues officielles du Canada

1. La présente loi peut être citée sous le titre : *Loi sur les langues officielles*. 1968-69, c. 54, art. 1.

2. L'anglais et le français sont les langues officielles du Canada pour tout ce qui relève du Parlement et du

Historique

Le Programme de coordination de l'image de marque (PCIM), comme tous les programmes qui ont pour but de créer une image d'entreprise, consiste essentiellement à employer des symboles identificateurs conjointement avec les titres des organismes. Les signatures servent à identifier les institutions comme des composantes du gouvernement du Canada, plutôt que comme des entités distinctes. L'image de marque de l'administration fédérale doit ses origines aux événements suivants.

1921 Le Canada adopte ses armoiries par proclamation royale et les imprime sur la papeterie gouvernementale. Le rouge et le blanc sont déclarés les couleurs officielles du Canada.

1965 Le drapeau du Canada est adopté par proclamation royale. La feuille d'érable est confirmée comme symbole national officiel.

1969 La *Loi sur les langues officielles* est adoptée. Elle établit le principe d'égalité de l'anglais et du français.

1969 Le Groupe de travail sur l'information gouvernementale a signalé que le gouvernement ne réussissait pas à manifester sa présence, et que d'importants programmes fédéraux existaient sans que le public sache qui en était le promoteur.

Dans son rapport intitulé «Communiquer», le Groupe de travail soulignait notamment l'absence d'une image de marque uniforme permettant d'identifier les organismes comme membres constituants d'un même gouvernement. Un bon nombre de désignations ne permettaient pas d'établir une distinction claire entre les organismes publics ou privés, fédéraux ou provinciaux. En outre, à cause de la variété des symboles utilisés (souvent de piètre qualité graphique), chaque organisme se présentait comme une entité autonome.

Evolution of the signature *Évolution de la signature*

1970

GOVERNMENT OF CANADA
GOUVERNEMENT DU CANADA

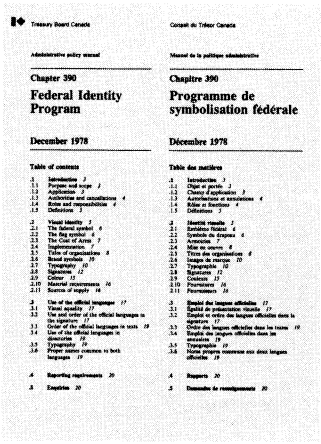
1971

Government of Canada Gouvernement du Canada

1987

Government of Canada Gouvernement du Canada

TB policy, 1978 *Politique du CT, 1978*



Treasury Board Canada

Administrative policy manual

Chapter 390

Federal Identity Program

December 1978

Table of contents

Conseil du Trésor Canada

Manuel de la politique administrative

Chapitre 390

Programme de symbolisation fédérale

Décembre 1978

Table des matières

The symbols of the government *Les symboles du gouvernement*

Canada

1970 The creation of the Federal Identity Program was announced in the House of Commons. Standardization and clear identification of federal activities were cited as main objectives. Information Canada, a new agency, was made responsible to develop and implement the program.

1974 Treasury Board approved the first policy guidelines that included the use of the two official languages and a management system for the development and implementation of the program.

1976 Following the demise of Information Canada, the Treasury Board Secretariat was given responsibility for FIP.

1978 Treasury Board issued a comprehensive policy and design standards.

During the 80s, FIP underwent several reviews that resulted in changes to the use of symbols. In 1980 the "Canada" wordmark was established as the global identifier of the government. In 1987 the federal emblem (bar and maple leaf) was replaced by the Canadian flag. This means that the Coat of Arms, the flag, and the "Canada" wordmark are now the corporate symbols of the government.

Objectives

The program's policy objectives are:

- to enable the public to recognize clearly federal activities by means of consistent identification;
- to improve service to the public by facilitating access to programs and services;
- to project equality of status of the two official languages, consistent with the *Canadian Charter of Rights and Freedoms (1982)* and the *Official Languages Act (1988)*;
- to ensure effective management of the federal identity consistent with government-wide priorities, and to achieve savings through standardization;
- to promote good management practices in the field of corporate identity and information design.

1970 L'établissement du Programme de coordination de l'image de marque est annoncé à la Chambre des communes. La normalisation et l'identification évidente des activités fédérales sont invoquées comme principaux objectifs. Information Canada, une nouvelle agence, est chargée d'élaborer et de coordonner la mise en œuvre du programme.

1974 Le Conseil du Trésor publie les premières lignes directrices. Elles portent notamment sur l'emploi des deux langues officielles et sur un système de gestion pour élaborer et mettre en œuvre le programme.

1976 Suite à la demise d'Information Canada, le Secrétariat du Conseil du Trésor prend en charge le programme.

1978 Le Conseil du Trésor publie une politique générale assortie de normes graphiques.

Au cours des années quatre-vingt, plusieurs révisions du PCIM ont permis de modifier l'utilisation des symboles. En 1980, le mot-symbole «Canada» a été choisi comme identificateur universel du gouvernement. En 1987, l'emblème fédéral (la barre et la feuille d'érable) fut remplacé par le drapeau du Canada. Cela signifie que les armoiries, le drapeau et le mot-symbole «Canada» sont désormais les symboles du gouvernement.

Objectifs

Voici les objectifs de la politique du PCIM:

- permettre au public de reconnaître facilement les activités fédérales au moyen d'une image de marque uniforme;
- améliorer le service au public en facilitant l'accès aux programmes et services fédéraux;
- respecter le statut d'égalité des deux langues officielles, conformément à la *charte canadienne des droits et libertés (1982)* et à la *Loi sur les langues officielles (1988)*;
- assurer la gestion efficace de l'image de marque fédérale conforme aux priorités de l'administration fédérale, et réaliser des économies par la normalisation;
- favoriser des bonnes pratiques de gestion dans le domaine de l'image de marque et du design.

Rationale

Although not prepared for that purpose, the rationale for FIP was well expressed in the 1981 report of the Parliamentary Task Force on Federal-Provincial Fiscal Arrangements. The following statement could apply to all aspects of federal identity:

"...spending without federal presence is not just frustration for the politician, it is also a denial of the citizen's right to see the government's work and to judge it. When the federal role is not evident, it cannot be assessed. Visibility involves a search for the chance to take the credit, but at the same time, a willingness to shoulder the blame. As politicians, therefore, we reject the simplistic view that a concern for visibility is no more than public relations for its own sake. Answerability of federal MPs to the public is the other side of the coin from accountability of ministers to Parliament, and a government that is not visible cannot be answerable".

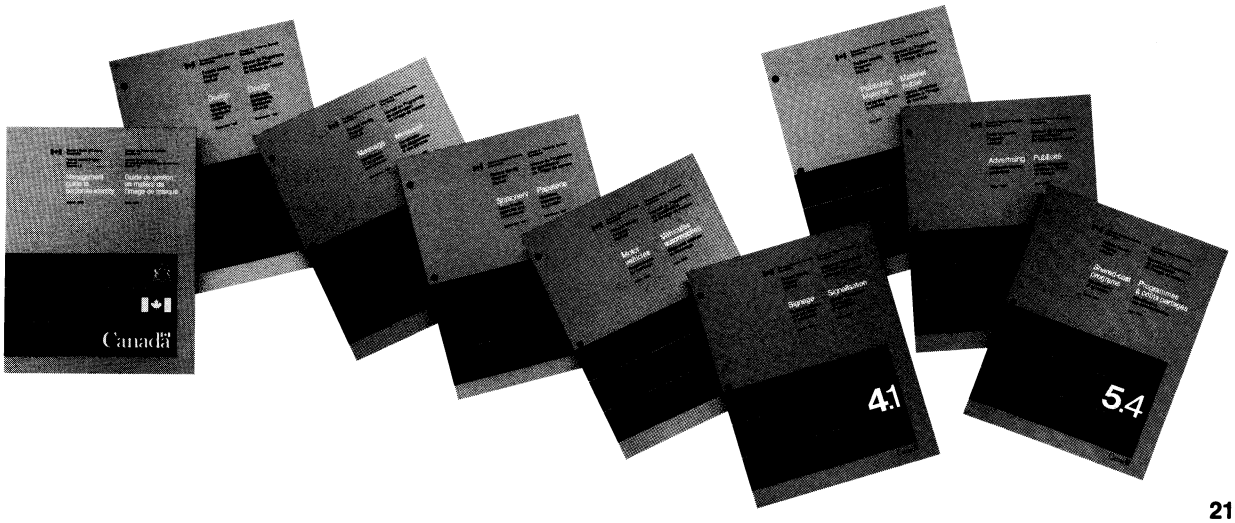
In summary, federal programs, services and contributions should be recognizable to the public in order for the government to be accountable. From a practical point of view, FIP represents an important aspect of service to the public. The program's guidelines are based on the use of plain, non-bureaucratic language, functional graphic design and a systems approach in identifying government services.

Raison d'être du programme

La raison d'être du PCIM a été exprimée dans le rapport de 1981 du Groupe de travail parlementaire sur les arrangements fiscaux fédéraux-provinciaux, même si le document n'avait pas été préparé à cette fin. L'énoncé qui suit s'applique à tous les aspects de l'image de marque fédérale lorsqu'il précise qu'une dépense qui ne fait pas ressortir la contribution fédérale:

«...n'est pas seulement frustrante pour le politicien; elle prive également le citoyen du droit de voir le travail du gouvernement et de le juger. Lorsque le rôle du gouvernement fédéral n'est pas visible, il ne peut pas être évalué. La recherche de la visibilité signifie certes qu'on désire recevoir sa part de louanges, mais aussi qu'on est disposé à affronter les critiques. En qualité d'hommes politiques, nous rejetons donc la conception simpliste qui ne voudrait voir dans la recherche de la visibilité qu'une simple opération de relations publiques. La responsabilité des députés fédéraux envers le public fait pendant à la responsabilité des ministres devant le Parlement, et un gouvernement qui n'est pas visible ne peut être responsable.»

En bref, les programmes, les services et les subventions du fédéral devraient être perceptibles par le public, afin que le gouvernement puisse rendre des comptes. Dans la pratique, le PCIM est un aspect important du service au public. Les lignes directrices du programme reposent sur l'utilisation de formulations claires, non bureaucratiques, de conception graphique fonctionnelle et d'une approche systémique dans l'identification des services gouvernementaux.

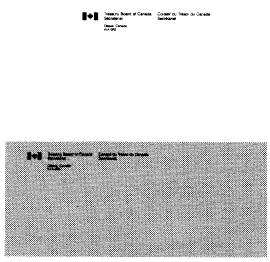


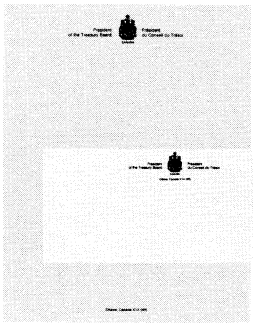
Scope

The Federal Identity Program is considered to be one of the largest corporate identity programs undertaken by a national government. An estimated 18,000 facilities, 16,000 government vehicles, and a multitude of forms, stationery items, published material and advertisements are identified in accordance with FIP guidelines. The program is being applied by over 100 federal institutions in all regions of Canada as well as abroad.

Portée

On considère que le Programme de coordination de l'image de marque est l'un des plus importants du genre mis en œuvre par un gouvernement national. Environ 18 000 installations, 16 000 véhicules et une multitude de formules, d'articles de papeterie, de matériel publié et d'annonces sont identifiés en conformité avec les lignes directrices du PCIM. Le programme est appliqué par plus de 100 institutions fédérales dans toutes les régions du Canada ainsi qu'à l'étranger.





A global viewpoint

An aspect worth noting is the relationship between the visual identity of the government and that of the country. The report of the 1969 Task Force on Government Information first referred to this aspect. The report said:

"A great deal of the responsibility for the image of a country rests with government. There are scores of ways in which government is instantly recognized. They range from the flag and the appearance of government buildings to stationery and letterheads, advertisements, insignia on government vehicles and so on. Abroad, the distinction between ***government*** *and* ***Canada*** *merges into a single image".* The report called it "l'image Canada".

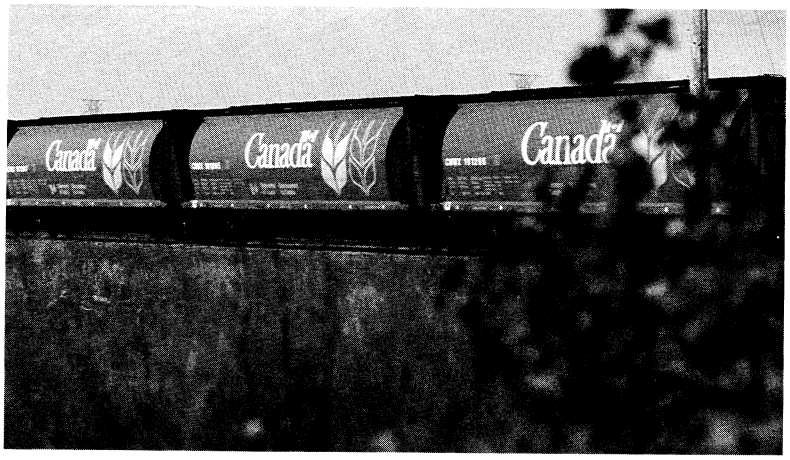
In 1988 this concept was addressed at an international design exhibition at the Centre Pompidou in Paris. Under the theme "Images d'utilité publique", the exhibition examined how the state and public authorities and organizations communicate with people and how information design directly affects the functioning and quality of society. The Federal Identity Program was among the case studies from different countries that demonstrated national, civic and cultural visual identities. Internationally, the Program is well recognized among corporate identity and design consultants.

Point de vue global

Il convient de noter le lien entre l'image visuelle du gouvernement et celle du pays. Le rapport du Groupe de travail de 1969 sur l'information gouvernementale en faisait état pour la première fois:

«Le gouvernement porte une grande part de responsibilité dans l'image que l'on se fait d'un pays. Il se fait immédiatement reconnaître de mille et une façons, allant du drapeau national et de l'aspect des édifices gouvernementaux aux articles de papeterie et aux en-têtes de lettres, aux annonces dans les journaux, aux cartes de visite, aux voitures officielles, etc. À l'étranger, la distinction entre gouvernement et Canada disparaît, pour ne plus former qu'une seule image».

En 1988, ce concept a été présenté lors d'une exposition internationale de design au Centre Pompidou de Paris. Sous le thème «Images d'utilité publique», l'exposition portait sur la façon dont l'État et les autorités et organismes publics communiquent avec leurs administrés, et sur l'effet direct de la conception de l'information sur le fonctionnement et la qualité de la société. Le Programme de coordination de l'image de marque était au nombre des études de cas tirées de différents pays qui affichaient une identité nationale, civile et culturelle marquée. À l'étranger, le programme est bien connu par les experts conseils en matière d'image de marque et de design.



NASA

Treasury Board of Canada
Secretariat

Conseil du Trésor du Canada
Secrétariat

Federal Identity Program Manual

Manuel du Programme de coordination de l'image de marque

Design

Symbols,
typography,
signatures,
colour

October 1990

Design

Symboles,
typographie,
signatures,
couleurs

Octobre 1990

1.1

Canada

Table of contents

Introduction
Scope
Enquiries

Corporate symbols 4

Signatures, general 5
Titles
Standard typefaces
General rules
Specifications

Signature incorporating the Coat of Arms 8
Layout in typographic measures
Layout in "x"

Signature incorporating the flag 10
Layout in typographic measures
Layout in "x"

Compound signatures 14
Structure
Contrast
Unity and simplicity

"Government of Canada" signature 18
Identifying two or more institutions

"Canada" wordmark 19
Standard sizes

Presenting the signature and wordmark 20
Visual criteria
Relative size and position
Signature and text layout

Colours 21
Principles
Colour specifications

Reproduction of symbols and signatures 22
Quality
Reproduction proofs
Electronic formats

Glossary 24

Table des matières

Introduction
Portée
Demandes de renseignements

Symboles 4

Signatures, généralités 5
Titres
Faces standard
Règles générales
Spécifications

Signature avec armoiries 8
Disposition en mesures typographiques
Disposition en «x»

Signature avec drapeau 10
Disposition en mesures typographiques
Disposition en «x»

Signatures composées 14
Structure
Contraste
Unité et simplicité

Signature «Gouvernement du Canada» 18
Identification de deux ou plusieurs institutions

Mot-symbole «Canada» 19
Corps standard

Présentation de la signature et du mot-symbole 20
Règles visuelles
Taille relative et emplacement
Disposition de la signature avec texte

Couleurs 21
Principes
Spécifications relatives à la couleur

Reproduction de symboles et de signatures 22
Qualité
Contre-épreuves
Formats électroniques

Lexique 24

Introduction

The symbols and signatures of the government should be presented in a consistent and uniform manner. These guidelines and design standards describe the use of symbols, typefaces, signatures and colours, and are intended to assist all those involved in designing or applying signatures.

This edition of "Design", which supersedes the September 1987 version, includes new guidelines for signatures that identify a program or service (compound signatures), as well as information on electronic formats to reproduce symbols and signatures.

Applicable publications

This guide should be used with the following policies and guidelines:

Communications Volume, *Treasury Board Manual*

- Chapter 1, **Government Communications**
- Chapter 2, **Federal Identity Program**, and its Appendices
  - A Official languages
  - B Application schedules
  - C Titles of federal organizations

Federal Identity Program Manual

- 1.0 Management guide to corporate identity

Scope

These guidelines and design standards describe the use of the government's corporate symbols, standard typefaces, signatures and colours. They apply to federal institutions using either the Coat of Arms or the flag in their signature.

Enquiries

Each institution has named an official (usually referred to as FIP Coordinator) to manage its corporate identity. All enquiries should be routed through the official designated by the institution.

Enquiries about the guidelines and design standards should be directed to:

Federal Identity Program
Administrative Policy Branch
Treasury Board Secretariat

Introduction

Les symboles et les signatures du gouvernement fédéral devraient être présentés de façon uniforme. Les présentes normes et lignes directrices décrivent l'utilisation des symboles, faces standard, signatures et couleurs; elles ont pour but d'aider les personnes qui participent à la conception ou à l'utilisation de signatures.

La présente version remplace la version parue en septembre 1987. Elle renferme de nouvelles lignes directrices en ce qui a trait aux signatures utilisées pour identifier un programme ou un service (signatures composées), ainsi que des renseignements sur les supports électroniques employés pour reproduire les symboles et les signatures.

Publications connexes

Cette section devra être consultée avec les politiques et lignes directrices suivantes:

Volume des communications, *Manuel du Conseil du Trésor*

- chapitre 1, **Communications du gouvernement**
- chapitre 2, **Programme de coordination de l'image de marque**, y compris les appendices
  - A Langues officielles
  - B Listes d'application
  - C Titres des organismes fédéraux

Manuel du Programme de coordination de l'image de marque

- 1.0 Guide de gestion en matière de l'image de marque

Portée

Les présentes normes et lignes directrices décrivent l'utilisation des symboles, faces standard, signatures et couleurs servant à l'identification du gouvernement. Elles s'appliquent à toutes les institutions fédérales dont la signature renferme soit les armoiries, soit le drapeau du Canada.

Demandes de renseignements

Chaque institution a nommé un représentant (normalement connu sous le nom de coordonnateur du PCIM) pour gérer son image de marque. Les demandes de renseignements devraient être adressées au représentant nommé par l'institution.

Les demandes de renseignements concernant les lignes directrices et normes graphiques devraient être adressées au:

Programme de coordination de l'image de marque
Direction de la politique administrative
Secrétariat du Conseil du Trésor.

Corporate symbols

The Coat of Arms, the flag and the "Canada" wordmark are the corporate symbols of the government (**Fig. 1**). Their consistent application helps to project the Government of Canada as a coherent, unified administration.

Coat of Arms The Coat of Arms is used to identify ministers and their offices, parliamentary secretaries, institutions whose heads report directly to Parliament, as well as institutions with quasi-judicial functions. When applied in the context of the Federal Identity Program (FIP), the Coat of Arms is always used with a bilingual title.

Flag symbol The flag symbol is used to identify all departments, agencies, corporations, commissions, boards, councils, and other federal bodies and activities, unless they are authorized to be identified by the Coat of Arms. When applied in the context of FIP, the symbol is always used with a bilingual title.

For purposes of the FIP slight modifications were made to the flag, particularly to the stem of the maple leaf.

"Canada" wordmark Referred to as the global corporate symbol of the government, the wordmark is used always in association with the appropriate signature.

The wordmark has an established relationship between the elements which may not be altered in any way. Its letter forms originated from the typeface Baskerville but were modified for purposes of the wordmark. This means that the design of the wordmark is unique and an appropriate master is required for reproduction.

Symboles

Les armoiries, le drapeau et le mot-symbole «Canada» sont les trois symboles servant à identifier le gouvernement du Canada (**Fig. 1**). Leur application uniforme contribue à projeter l'image d'une administration unifiée et cohérente.

Armoiries Les armoiries du Canada sont utilisées pour identifier les ministres et leurs cabinets, les secrétaires parlementaires, les institutions dont l'administrateur général relève directement du Parlement, ainsi que les institutions jouant un rôle quasi-judiciaire. Lorsqu'elles sont utilisées dans le cadre du Programme de coordination de l'image de marque (PCIM), les armoiries sont toujours accompagnées d'un titre bilingue.

Symbole du drapeau Ce symbole sert à identifier les ministères, organismes, sociétés, commissions, conseils et autres institutions et activités fédérales, sauf s'ils sont autorisés à utiliser les armoiries. Lorsqu'il est utilisé dans le cadre du PCIM, le symbole du drapeau est toujours accompagné d'un titre bilingue.

Aux fins du PCIM, on a légèrement modifié la feuille dans le drapeau notamment le pétiole de la feuille d'érable.

Mot-symbole «Canada» Identificateur universel du gouvernement, le mot-symbole est toujours utilisé de pair avec la signature appropriée.

La disposition respective des divers éléments du mot-symbole ne devrait en aucun cas être modifiée. Ses caractères initiaux avaient été établis à partir de la fonte «Baskerville», mais ils ont été modifiés aux fins du mot-symbole. Ainsi, la conception du mot-symbole est unique en son genre, et un modèle approprié est requis aux fins de la reproduction.

Fig. 1

Use of other symbols

In cases where another symbol is used in conjunction with the corporate symbols of FIP, care should be taken to ensure a clear, uncluttered display of the federal identity. The FIP policy does not permit the use of other symbols on standard applications (stationery, signage and vehicle markings).

Utilisation d'autres symboles

Lorsque d'autres symboles sont utilisés avec les symboles du PCIM, on doit veiller à ce que l'image de marque soit présentée de façon claire et dégagée. La politique du PCIM ne permet pas l'emploi d'autres symboles dans les applications assujetties aux normes graphiques (articles de papeterie, signalisation et marquage des véhicules).

Signatures, general

A signature is the combination of a symbol and a title. The symbol is either the Coat of Arms or the flag (as appropriate) and the title, in both official languages, identifies an institution, program or individual (**Fig. 2**).

To achieve uniformity of all signatures, the size and spatial relationships between symbol and typography are specified.

Titles

The approved titles of institutions are listed in "Titles of federal organizations" (see Appendix C of the FIP policy).

For titles occupying more than one line, the words should be arranged in logical groupings or reading phrases, and an attempt should be made to achieve visual balance between the two language columns. A typographic layout is often a compromise between concerns for logical line breaks and the need for a pleasing presentation. Generally, an institution adopts one signature layout and uses it consistently. Nevertheless, different layouts may be used to meet special needs (e.g. a one-line as opposed to a two-line signature, or a variation in the way the lines are broken).

Signatures, généralités

La signature comprend un symbole et un titre. Le symbole est soit les armoiries du Canada soit le symbole du drapeau, et le titre, dans les deux langues officielles, désigne une institution, un programme ou une personne (**Fig. 2**).

Pour assurer l'uniformité des signatures, les rapports entre le symbole et la typographie sont précisés dans chaque cas.

Titres

Les titres approuvés des institutions sont énumérés dans «Titres des organismes fédéraux» (Appendice C de la politique du PCIM).

Lorsqu'un titre est disposé sur plusieurs lignes, les mots devraient être réunis en groupes ou en locutions logiques, et la présentation devrait assurer l'équilibre visuel entre les deux langues. La disposition est souvent destinée à assurer l'équilibre entre la répartition logique des lignes et le caractère agréable de la présentation. En règle générale, une institution adopte une disposition précise, qu'elle utilise en tout temps. Cependant, on peut utiliser une disposition différente pour répondre à des exigences spéciales (par exemple, une signature d'une ligne plutôt qu'une signature de deux lignes, ou un changement dans la répartition des lignes).

Fig. 2

Standard typefaces

A consistent typography is fundamental to corporate identity, and three faces from the Helvetica type family have been adopted for purposes of the FIP. They were chosen for their versatility, excellent legibility and contemporary design.

The three typefaces (**Fig. 3**) are designated Helvetica light, regular and medium throughout this manual. When specifying a typeface, it should be noted that these are not standard designations. For instance, the three faces are also referred to as Helvetica 45, 55 and 65 respectively. Since the designations used by industry vary, the type specimens shown here should be examined for comparison with specimens shown in the catalogues of suppliers.

The use of the standard typefaces is mandatory for all signatures. Helvetica is also specified for words accompanying the signature in applications that are subject to design standards, e.g. stationery, signage and vehicle markings.

Although slight variations from the illustrated specimens are acceptable for individual items, care should be taken to avoid the mixing of composition from different sources on any one item. Variations in the letter forms are noticeable when typesetting from different suppliers or a variety of composition equipment is combined.

Faces standard

Une typographie standard est fondamentale pour une image de marque uniforme. Dans cette optique, trois faces de l'Helvetica ont été adoptées aux fins du PCIM, en raison de leur souplesse, de leur lisibilité et de leur design moderne.

Dans le présent manuel, ces trois faces (**Fig. 3**) sont désignées Helvetica maigre, normal et demi-gras. Cependant, ces désignations ne sont pas universelles: on les appelle parfois Helvetica 45, 55 et 65 respectivement. Puisque les termes qui désignent les graisses de l'Helvetica ne sont pas standard, il faut examiner l'échantillon donné ici pour trouver le terme équivalent dans les catalogues des fournisseurs.

L'utilisation des faces standard est obligatoire pour les signatures. Dans les applications assujetties aux normes graphiques (articles de papeterie, signalisation et marquage des véhicules), l'Helvetica est utilisé aussi pour les mots qui accompagnent la signature.

Bien qu'il soit permis de s'éloigner légèrement du modèle donné dans un cas particulier, il faut éviter d'utiliser, sur la même application, de la composition provenant de sources différentes. Les caractères peuvent varier s'ils proviennent de divers fournisseurs ou si l'on se sert d'appareils de composition différents.

Fig. 3
The standard typefaces Les faces standard

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ É`^¨ÆŒ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz çé`^¨æœ
1234567890.,-:;“”«»?!/()$

Helvetica light Helvetica maigre

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ É`^¨ÆŒ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz çé`^¨æœ
1234567890.,-:;“”«»?!/()$

Helvetica regular Helvetica normal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ É`^¨ÆŒ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz çé`^¨æœ
1234567890.,-:;“”«»?!/()$

Helvetica medium Helvetica demi-gras

Signage typeface
This typeface was developed for purposes of the government's signage system as well as vehicle markings. Details on the design of the signage typeface and its spacing system are provided in section 4.5 of this manual.

General rules
The rules for presenting a signature are:

- Use of upper and lowercase characters;
- Use of accents with uppercase as well as with lowercase letters in the French text;
- Use of appropriate line breaks when a signature is to be typeset in more than one line (i.e. an effort should be made to break the lines into reading phrases avoiding articles or prepositions at the end of a line and to achieve a visual balance between the two language columns);
- Ampersands (&) may not be used in a signature.

Specifications
The basic specifications for signatures are: upper and lowercase, solid, normal spacing between letters, with selective kerning applied to awkward combinations of letters.

To compensate for different viewing conditions, variations from normal spacing between letters may be required when signatures are set in large type sizes (display type) or are intended for audio-visuals, posters or outdoor advertising. Selective kerning should be used in all cases to improve letter-fit and to enhance visual appearance **(Fig. 4)**.

Quality of typesetting
The quality level for the typesetting of signatures is specified as "Prestige", which is defined in the Supply and Services Canada publication *Typesetting Quality Levels* (latest issue, 1987).

Caractère de signalisation
Cette face a été élaborée aux fins du système de signalisation et du marquage des véhicules. La section 4.5, «Caractère de signalisation», fournit les détails au sujet du caractère et de son système d'espacement.

Règles générales
Voici les règles applicables à la présentation d'une signature:

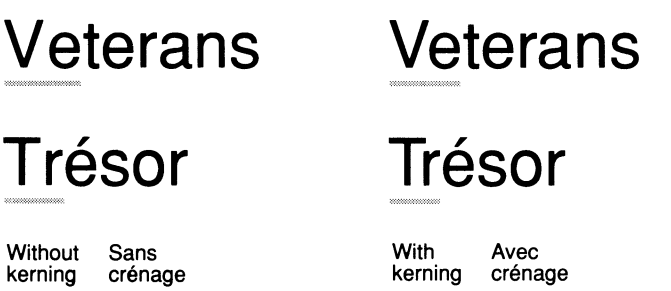
- Utilisation des majuscules et des minuscules;
- Utilisation des accents sur les majuscules et les minuscules dans le texte français;
- Répartition des lignes en locutions complètes lorsque la signature s'étend sur plus d'une ligne (il faut éviter de finir une ligne avec un article ou une préposition et tenter d'équilibrer visuellement les textes des deux langues);
- L'esperluète (&) ne doit pas apparaître dans la signature.

Spécifications
Les spécifications relatives aux signatures sont les suivantes: haut et bas de casse, composition compacte, espacement normal des caractères, assorti de crénage sélectif.

Pour compenser différentes conditions influant sur la perception, l'espacement peut varier lorsque les signatures sont composées en corps supérieurs (caractères à vedette) ou qu'elles figurent dans des audio-visuels, sur des affiches ou dans la publicité extérieure. Le crénage sélectif devrait servir dans chaque cas à améliorer l'espacement et la présentation visuelle des caractères **(Fig. 4)**.

Qualité de la composition
Le niveau de qualité de la composition pour toutes les signatures doit être «de prestige». Les niveaux de qualité sont définis dans la publication d'Approvisionnements et Services Canada intitulée *Niveaux de la qualité de la composition* (dernière édition, 1987).

Fig. 4
The effect of kerning Effet produit par le crénage



Signature incorporating the Coat of Arms

Government institutions that use the Coat of Arms in their signature have discretion to choose between two presentations, the symmetrical or the asymmetrical layout. For functional reasons, the asymmetrical layout is recommended for applications such as signage and vehicle markings.

The layout specifications for signatures used on ministerial stationery are described in section 2.1 of this manual.

Layout in typographic measures

For both the symmetrical and the asymmetrical layout the relationship between the size of the type and the size of the Coat of Arms is as follows: 6 and 7 point type with a 12 mm Coat of Arms; 8 and 9 point type with a 14 mm symbol; 10 and 11 point type with an 18 mm symbol. The sizes of the Coat of Arms are based on its height, measured in millimetres (**Fig. 5**).

Symmetrical layout

The bilingual title appears on either side of the Coat of Arms. Depending on its length, a title may be laid out in one, two, or three lines. The lowest line of the type is horizontally aligned with the tip of the shield in the Coat of Arms. The left-hand column is set flush right, while the opposite column is presented flush left. The two columns are separated by a space of 7 ems of the type size being used. The Coat of Arms is centred in that space (**Fig. 6**).

Asymmetrical layout

The bilingual title appears to the right of the Coat of Arms. Depending on the length of the title and the horizontal space available, a title may be laid out in one, two or three lines. The lowest line of the type is horizontally aligned with the tip of the shield in the Coat of Arms. Both columns are set flush left. The space between the Coat of Arms and the left-hand column, and the space between the language columns is 1.5 em of the type size being used (**Fig. 6**).

Layout in "x"

The asymmetrical layout is used for the signature. Titles may be laid out in one, two or three lines. All measurements are based on the x-height of the character size being used. The size relationship between the Coat of Arms and the type should be based on the number of lines being used. The object is to establish a good visual balance between symbol and typography. This principle is reflected by the examples shown (**Fig. 7**), where the two-line signature has a ratio of 1:6 and the three-line signature a ratio of 1:8. For example, the design of a two-line signature using a ratio of 1:6 and an x-height of 10 mm would require a Coat of Arms measuring 60 mm.

As a general rule, signatures require a space of 4x between the Coat of Arms and the left-hand column, and between the two language columns. The minimum space is 3x.

Signature avec armoiries

Les institutions gouvernementales qui utilisent les armoiries dans leur signature peuvent choisir entre deux dispositions, symétrique et asymétrique. Pour des raisons fonctionnelles, la disposition asymétrique est recommandée pour la signalisation ainsi que le marquage des véhicules.

Les normes graphiques pour les signatures utilisées sur les articles de papeterie des ministres sont énoncées à la section 2.1 du présent manuel.

Disposition en mesures typographiques

Pour les deux types de dispositions, les rapports entre les corps de caractères et la hauteur correspondante des armoiries sont les suivants: 6 et 7 points pour les armoiries de 12 mm de hauteur; 8 et 9 points pour celles de 14 mm; et 10 et 11 points pour celles de 18 mm. Les dimensions des armoiries sont fondées sur la hauteur et exprimées en millimètres (**Fig. 5**).

Disposition symétrique

Le titre bilingue est réparti de chaque côté des armoiries. Selon sa longueur, un titre peut être disposé sur une, deux ou trois lignes. La ligne la plus basse est alignée horizontalement avec la pointe du bouclier des armoiries. La colonne de texte de gauche est alignée à droite et celle de droite, à gauche. Les deux colonnes sont séparées par un espace de 7 ems du corps de caractère utilisé. Les armoiries sont centrées dans cet espace (**Fig. 6**).

Disposition asymétrique

Le titre bilingue est disposé en deux colonnes à droite des armoiries. Selon sa longueur et l'espace horizontal disponible, le titre peut s'étendre sur une, deux ou trois lignes. La ligne la plus basse est alignée horizontalement avec la pointe du bouclier des armoiries. Chaque colonne de texte est alignée à gauche. L'espace entre les armoiries et la colonne de gauche, ainsi que l'espace entre les deux colonnes de texte, est de 1,5 em du corps de caractère utilisé (**Fig. 6**).

Disposition en «x»

La disposition asymétrique est utilisée pour la signature. Les titres peuvent s'étendre sur une, deux ou trois lignes. Toutes les mesures sont fondées sur la hauteur «x» du caractère utilisé. Le rapport entre la hauteur des armoiries et le corps de caractère devrait s'établir selon le nombre de lignes utilisées. Le but est d'assurer l'équilibre visuel entre le symbole et la typographie. Ce principe est illustré dans les exemples (**Fig. 7**) qui montrent un rapport de 1:6 pour une signature sur deux lignes et un rapport de 1:8 pour une signature sur trois lignes. Ainsi, une signature sur deux lignes, conçue à partir d'une hauteur «x» de 10 mm et un rapport de 1:6, exige des armoiries de 60 mm.

En règle générale, les signatures devraient comporter un espace de 4x entre les armoiries et la colonne de gauche, ainsi qu'entre les colonnes de textes. L'espace minimum est de 3x.

Fig. 5
How to measure the Coat of Arms. Comment mesurer les armoiries.

Fig. 6
How to lay out signatures using "ems". Disposition des signatures à l'aide de «ems».

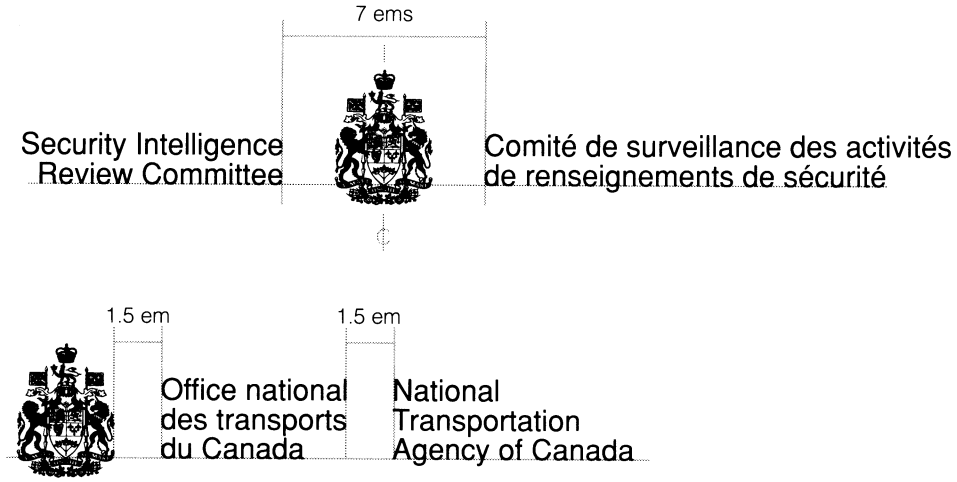
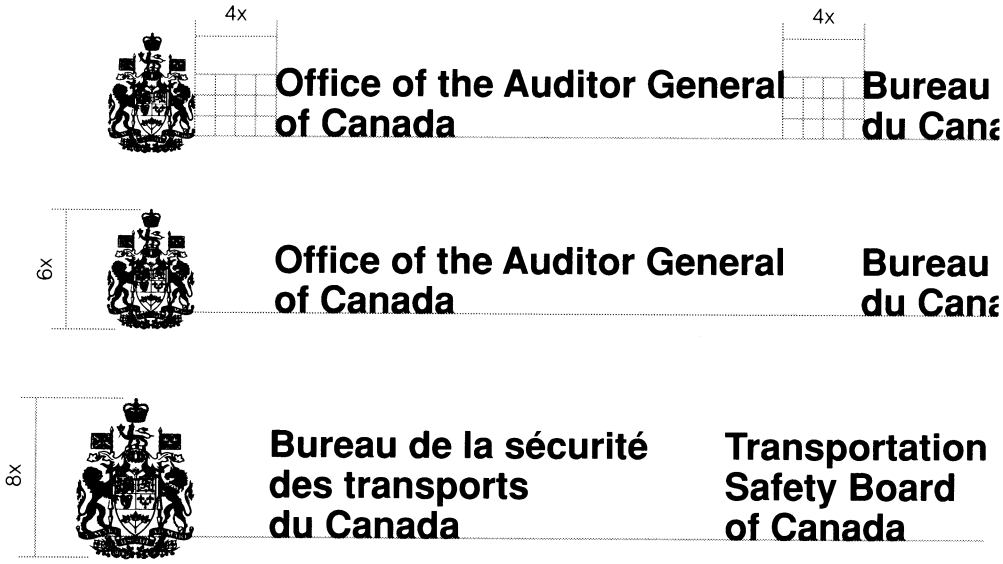

7 ems
Security Intelligence Review Committee
Comité de surveillance des activités de renseignements de sécurité
1.5 em
1.5 em
Office national des transports du Canada
National Transportation Agency of Canada

Fig. 7
How to lay out signatures using the "x". Disposition des signatures à l'aide du «x».



Signature incorporating the flag

Described here is the basic layout for signatures incorporating the flag. The bilingual title appears to the right of the flag symbol. Two-line signatures are most common; for lengthy titles, a three-line signature is used (Fig. 8).

Design standards apply to the size and spatial relationships between symbol and typography. Signatures for printed applications are specified using typographic measurements (point and em). Signatures for signs or vehicle markings are specified in millimetres with respect to character size; the layout measurements are expressed in number of "x".

Layout in typographic measures

The size relationships between symbol and typography and the standard spaces are as follows.

Two-line and three-line signatures: The ratio between the type size and the height of the flag symbol is 1:1.7. For example, a signature set in 12 point type requires a symbol which is 20 points in height (Fig. 9). Table 1 shows the type size with the corresponding height of the symbol. The measurements are in points.

One-line signature: The ratio between the type size and the height of the flag symbol is 1:1.5. For example, a signature set in 12 point type requires a symbol which is 18 points in height (Fig. 10). Table 2 shows the type size with the corresponding height of the symbol. The measurements are in points.

Horizontal alignment: The base of the symbol and the base line of the type are aligned horizontally as indicated in Figures 9 and 10.

Standard spaces: As a general rule, the space between the symbol and the left-hand column, as well as between the language columns is 1.5 em of the type size being used (Fig. 11).

Signature avec drapeau

La disposition de base des signatures avec drapeau est précisée ci-après. Le titre bilingue apparaît à droite du symbole. Les signatures sur deux lignes sont les plus communes; lorsque le titre est long, on utilise une signature sur trois lignes (Fig. 8).

La taille et l'emplacement du symbole par rapport au texte sont précisés par les normes graphiques. Les signatures pour les imprimés sont composées et par conséquent les dimensions sont en unités de mesure typographique (point et em). Les signatures utilisées sur les panneaux ou les véhicules sont prescrites en millimètres, pour ce qui est du corps de caractère; la disposition est prescrite en nombre de «x».

Disposition en mesures typographiques

La taille du symbole par rapport au texte ainsi que les normes d'espacement sont précisées ci-dessous.

Signatures sur deux et trois lignes: Le rapport entre le corps de caractère et la hauteur du symbole du drapeau est de 1:1,7. Par exemple, une signature de 12 points accompagne un symbole dont la hauteur est de 20 points (Fig. 9). Le tableau 1 donne le corps de caractère et la hauteur correspondante du symbole. Les tailles sont en points.

Signature sur une ligne: Le rapport entre le corps de caractère et la hauteur du symbole du drapeau est de 1:1,5. Par exemple, une signature de 12 points accompagne un symbole dont la hauteur est de 18 points (Fig. 10). Le tableau 2 donne le corps de caractère et la hauteur correspondante du symbole. Les tailles sont en points.

Alignement horizontal: La base du symbole et la ligne de base du texte sont alignées horizontalement tel qu'indiqué dans les figures 9 et 10.

Normes d'espacement: En règle générale, l'espace entre le symbole et la colonne de gauche, ainsi que l'espace entre les colonnes de texte est de 1,5 em du corps de caractère utilisé (Fig. 11).

Fig. 8
Relationship between height of the symbol and type.

Rapport entre la hauteur du symbole et la typographie.

Industrie, Sciences et Technologie Canada
Industry, Science and Technology Canada

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

Labour Canada
Travail Canada

Fig. 9
1:1.7 ratio
(two-line and three-line signatures).

Rapport de 1:1,7
(signatures de deux et trois lignes).

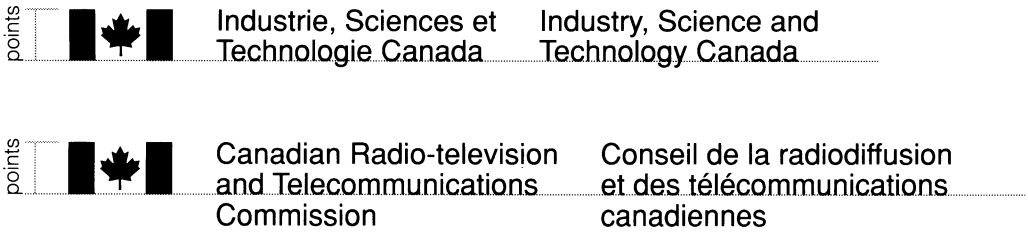

points
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Industry, Science and Technology Canada
points
Canadian Radio-television and Telecommunications Commission
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

Fig. 10
1:1.5 ratio
(one-line signature).

Rapport de 1:1,5
(signature d'une ligne).

Table 1
1:1.7 ratio
(data in points)

Tableau 1
Rapport de 1:1,7
(données en points)

Type / Caractères	Symbol / Symbole	Type / Caractères	Symbol / Symbole	Type / Caractères	Symbol / Symbole
6	10	11	19	20	34
7	12	12	20	24	41
8	14	14	24	28	48
9	15	16	27	30	51
10	17	18	31	36	61

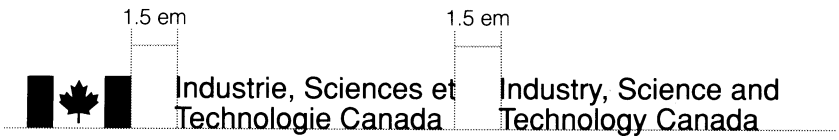
Table 2
1:1.5 ratio
(data in points)

Tableau 2
Rapport de 1:1,5
(données en points)

Type / Caractères	Symbol / Symbole	Type / Caractères	Symbol / Symbole	Type / Caractères	Symbol / Symbole
6	9	11	17	20	30
7	11	12	18	24	36
8	12	14	21	28	42
9	14	16	24	30	45
10	15	18	27	36	54

Fig. 11
How to lay out signatures using "ems".

Disposition des signatures à l'aide de «ems».



Layout in "x"

The size relationships between symbol and typography and the standard spaces are as follows.

Two-line and three-line signatures: The ratio between the character size and the height of the flag symbol is 1:3.4. For example, a signature using a character size of 20 mm requires a symbol which is 68 mm (or 3.4x) in height (**Fig. 12**). Table 3 shows the character size with the corresponding height of the symbol. The measurements are in millimetres.

One-line signature: The ratio between the character size and the height of the flag symbol is 1:3. For example, a signature using a character size of 25 mm requires a symbol which is 75 mm (or 3x) in height (**Fig. 13**). Table 4 shows the character size with the corresponding height of the symbol. The measurements are in millimetres.

Horizontal alignment: The base of the symbol and the base line of the type are aligned horizontally as indicated in Figures 12 and 13.

Standard spaces: As a general rule, a space of 4x between the symbol and the left-hand column as well as between the language columns is used. The minimum space is 3x (**Fig. 14**).

Flag symbol (modified)

Users of large signatures should note that a modified version of the symbol was developed to compensate for irradiation, an optical effect whereby white elements appear to spread into surrounding dark areas. The modified version is used for all large signatures that appear in **white** on a dark background, e.g. signs.
(See "Enquiries".)

Disposition en «x»

La taille du symbole par rapport au texte ainsi que les normes d'espacement sont précisées ci-dessous.

Signatures sur deux et trois lignes: Le rapport entre le corps de caractère et la hauteur du symbole du drapeau est de 1:3,4. Par exemple, une signature dont le corps de caractère est de 20 mm accompagne un symbole dont la hauteur est de 68 mm, ou 3,4x (**Fig. 12**). Le tableau 3 donne le corps de caractère et la hauteur correspondante du symbole. Les tailles sont en millimètres.

Signature sur une ligne: Le rapport entre le corps de caractère et la hauteur du symbole du drapeau est de 1:3. Par exemple, une signature dont le corps de caractère est de 25 mm accompagne un symbole dont la hauteur est de 75 mm, ou 3x (**Fig. 13**). Le tableau 4 donne le corps de caractère et la hauteur correspondante du symbole. Les tailles sont en millimètres.

Alignement horizontal: La base du symbole et la ligne de base du texte sont alignées horizontalement tel qu'indiqué dans les figures 12 et 13.

Normes d'espacement: En règle générale, l'espace entre le symbole et la colonne de gauche, ainsi que l'espace entre les colonnes de texte est de 4x; l'espace minimum est de 3x (**Fig. 14**).

Symbole du drapeau (modifié)

On a élaboré une version modifiée du symbole qui atténue l'irradiation, illusion d'optique où un élément blanc semble s'étendre dans la zone foncée qui l'entoure. Cette version est utilisée pour toutes les signatures en gros caractères qui figurent en **blanc** sur un fond foncé, p. ex. les panneaux.
(Voir «Demandes de renseignements».)

Fig. 12
1:3.4 ratio
(two-line and three-line signatures).

Rapport de 1:3,4
(signatures de deux et trois lignes).

mm
National Research Council Canada
Conseil national de recherches Canada
mm
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
Canadian Radic and Telecommu Commission

Fig. 13
1:3 ratio
(one-line signature)

Rapport de 1:3
(signature d'une ligne)

Table 3
1:3.4 ratio
(data in mm)

Tableau 3
Rapport de 1:3,4
(données en mm)

Character Caractères	Symbol Symbole	Character Caractères	Symbol Symbole	Character Caractères	Symbol Symbole
8	27	25	85	80	272
10	34	30	102	100	340
12	41	40	136	120	408
15	51	50	170	150	510
20	68	60	204	200	680

Table 4
1:3 ratio
(data in mm)

Tableau 4
Rapport de 1:3
(données en mm)

Character Caractères	Symbol Symbole	Character Caractères	Symbol Symbole	Character Caractères	Symbol Symbole
8	24	25	75	80	240
10	30	30	90	100	300
12	36	40	120	120	360
15	45	50	150	150	450
20	60	60	180	200	600

Fig. 14
How to lay out signatures using the "x".

Disposition des signatures à l'aide du «x».

Compound signatures

This guideline was developed in view of a growing demand for signatures that identify an institution's programs or services. Various factors should be considered when developing a compound signature and assessing options. The process involves arranging, organizing and designing, and has the following goals:

- to express organizational titles in typographic terms;
- to make distinctions by creating emphasis;
- to establish a logical order;
- to develop both language versions in parallel.

The key is to determine a signature that best reflects management objectives, is meaningful to the public and communicates the information clearly.

Factors to be considered

Structure, contrast and layout are factors that determine the design of compound signatures. There are no ready-made formulas for layout and typographic treatment; on the contrary, each signature should be designed to meet its own unique set of requirements. It is a typographical task and means selecting a satisfactory compromise between the demands of logic and appearance.

Structure

A signature should be structured to show the proper relationship between titles, e.g. those of the parent organization and the organizational component. The component title normally starts on a new line and may be linked to the title of the parent organization. Usually, titles are linked when it involves a major component, when the titles are relatively short, or when a compact layout is required. A signature's structure will also convey the relationship between titles. For instance, the use of a space generally indicates a subordinate rank. The length of titles or the number of levels to be identified are additional factors that affect a decision to link or to space out titles (**Fig. 15**).

Signatures composées

La présente ligne directrice a été élaborée en raison de l'intérêt croissant que l'on porte à des signatures identifiant les programmes et services d'une institution. Il faut tenir compte de divers facteurs lorsqu'on établit une signature composée, et on évalue les diverses options possibles. À cet égard, il faut disposer, organiser et concevoir une signature qui:

- exprime les titres organisationnels en termes typographiques;
- établit une distinction en soulignant les éléments importants;
- suit un ordre logique;
- permet l'élaboration parallèle de la signature dans les deux langues officielles.

Il importe de choisir une signature qui tient compte des objectifs en matière de gestion, qui soit significative pour le public, et qui communique clairement l'information.

Facteurs à considérer

La structure, le contraste et la disposition sont des facteurs qui déterminent la conception d'une signature composée. Il n'existe pas de règles pour la disposition et la typographie; en fait, chaque signature devrait être conçue en fonction de ses propres exigences. Il s'agit là d'un travail de nature typographique, qui tient compte de la logique et l'apparence.

Structure

Une signature devrait être structurée de façon à indiquer le lien qui existe entre les titres, c'est-à-dire ceux de l'institution mère et de l'organisme composant. En règle générale, le titre du composant commence une nouvelle ligne et il peut être relié au titre de l'institution mère. Habituellement, les titres sont reliés lorsqu'il s'agit d'un composant majeur, lorsque les deux titres sont relativement courts, ou lorsqu'une disposition compacte est nécessaire. La présentation indique également le lien entre les titres. Par exemple, un espace indique généralement un classement subordonné. La longueur des titres ou le nombre de paliers identifiés constituent d'autres facteurs influant sur la décision de lier les titres, ou de les espacer (**Fig. 15**).

Fig. 15

Government of Canada / Fisheries and Oceans — Gouvernement du Canada / Pêches et Océans

Treasury Board of Canada / Comptroller General — Conseil du Trésor du Canada / Contrôleur général

Revenu Canada / Impôt — Revenue Canada / Taxation

Transports Canada / Aéroports — Transport Canada / Airports

Agriculture Canada / Prairie Farm Rehabilitation Administration — Agriculture Canada / Administration du rétablissement agricole

Environnement Canada / Service des parcs — Environment Canada / Parks Service

Revenue Canada / Taxation / Atlantic Region — Revenu Canada / Impôt / Région de l'Atlantique

Health and Welfare Canada / Income Security Programs — Santé et Bien-être social Canada / Programmes de la sécurité du revenu

Energy, Mines and Resources Canada / Geological Survey of Canada — Énergie, Mines et Ressources Canada / Commission géologique du Canada

Contrast

Contrast has the effect of a signal, it helps the reader to perceive and comprehend information quickly. In typographic terms, contrast means the use of different typefaces (weights) or different type sizes. The contrasting values create emphasis where appropriate and help the reader to make distinctions.

Using different typefaces

Contrast may be created by combining either Helvetica light with Helvetica medium, or Helvetica regular with Helvetica medium (**Fig. 16**). A variety of factors such as size, method of reproduction, colour, and type of application should be considered when deciding which typefaces to combine. A combination of Helvetica light with medium provides the greatest contrast, of course.

Using different type sizes

Contrast may be created by combining two different type sizes (**Fig. 17**). A variety of factors such as length of titles, signature layout, legibility, and type of application will determine the proper combination of sizes. As a general rule, a ratio of 1:1.5 up to 1:2 is recommended. The object is to create a suitable contrast while maintaining balance.

Contraste

Le contraste a l'effet d'un signal, puisqu'il aide le lecteur à percevoir et à comprendre l'information rapidement. Au niveau de la typographie, le contraste signifie l'utilisation de différentes faces (graisses), ou de corps de caractères différents. L'utilisation de faces différentes permet au besoin de souligner ce qui est important et aide le lecteur à établir une distinction.

Utilisation de faces différentes

On peut créer un contraste en combinant soit l'Helvetica maigre avec l'Helvetica demi-gras, ou l'Helvetica normal avec l'Helvetica demi-gras (**Fig. 16**). Il faut tenir compte de divers facteurs, notamment la taille, le mode de reproduction, la couleur et le type d'application, pour déterminer la combinaison de faces la plus appropriée. Bien sûr, le contraste le plus évident résulte de la combinaison de l'Helvetica maigre avec le demi-gras.

Utilisation de corps de caractères différents

On peut également créer un contraste en utilisant des corps différents (**Fig. 17**). La combinaison appropriée est tributaire de facteurs tels que la longueur des titres, la disposition de la signature, la lisibilité et le type d'application. En règle générale, on recommande un rapport de 1:1,5 à 1:2. Le but consiste ici à créer un contraste approprié tout en assurant un équilibre visuel.

Fig. 16
Combining different typefaces. L'effet de combiner différentes faces.

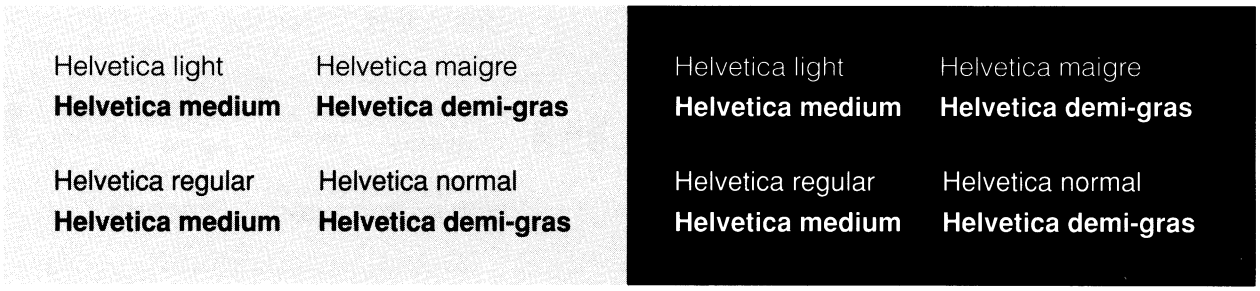
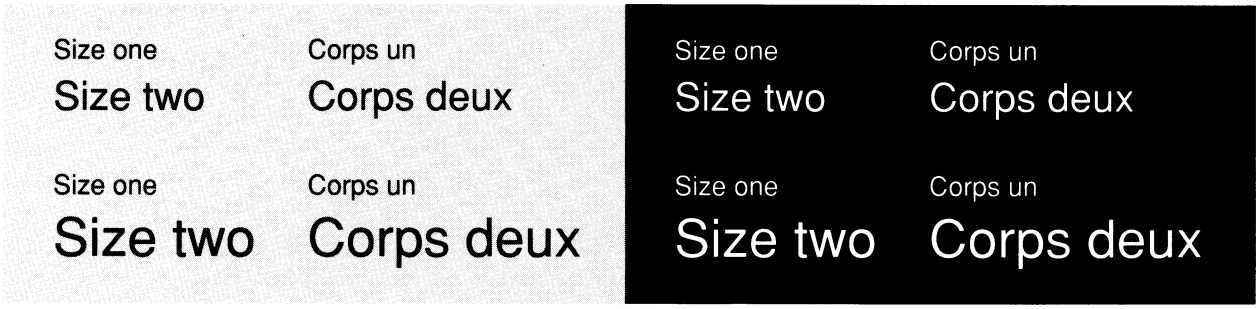


Fig. 17
Combining different type sizes. L'effet de combiner différents corps.



Spacing

The insertion of space between titles serves as a visual cue. The principle is to create distinction between titles while maintaining the overall unity of the signature. The guideline examples indicate that only a small amount of space is needed. See Figures 15, 18 and 19.

Unity and simplicity

When creating a compound signature, care should be taken to limit the mix of typographic elements and the number of organizational levels represented. The object is to identify a program or service, not to convey an institution's hierarchy or organizational structure. Because a compound signature is generally intended to highlight a program, the emphasis should be on that title. Different means of creating contrast are shown in Figure 18.

Espacement

L'espace entre les titres est un signal visuel. Il permet de faire la distinction entre les titres tout en conservant l'homogénéité de la signature. Comme les exemples l'indiquent, il ne faut qu'un peu d'espace. Voir les figures 15, 18 et 19.

Unité et simplicité

Lorsqu'on établit une signature composée, il faut prendre soin de limiter les combinaisons d'éléments typographiques et le nombre de paliers représentés. Le but est d'identifier un programme ou un service, et non pas de présenter la hiérarchie d'un organisme. Étant donné qu'une signature composée sert généralement à mettre en relief un programme, l'accent devrait être mis sur ce titre. Les exemple montrent différentes façons de créer un contraste (Fig. 18).

Fig. 18

All signatures should convey a sense of unity and simplicity, notwithstanding a mix of typographic elements. This means the contrast should not be so strong that one element dominates to an extent that the balance is upset, nor should the typography become too complex. Therefore, it is suggested to create contrast by mixing either typefaces or type sizes, not both. Figure 19 compares simple designs with solutions that appear overly complex.

Les signatures devraient communiquer un sens d'unité et de simplicité, même si elles comportent plusieurs éléments typographiques. Ainsi, le contraste ne devrait pas être si marqué que l'un des éléments d'information prédomine à un point tel que l'équilibre est compromis, ou que la typographie devient trop complexe. Par conséquent, il est recommandé de créer un contraste en combinant soit différentes faces, soit différents corps, mais pas les deux. On retrouve à la figure 19 des présentations simples vis-à-vis d'autres plus complexes.

Fig. 19

Environnement Canada
Service des parcs

Services aux visiteurs

Environment Canada
Parks Service

Visitor Services

Environnement
Canada
Service des parcs

Services
aux visiteurs

Environment
Canada
Parks Service

Visitor
Services

Treasury Board of Canada
Secretariat

Federal Identity Program

Conseil du Trésor du Canada
Secrétariat

Programme de coordination de l'image de marque

Treasury Board
of Canada
Secretariat

Administrative Policy
Branch

Federal Identity Program

Conseil du Trésor
du Canada
Secrétariat

Direction de la politique
administrative

Programme de coordination de l'image de marque

Health and Welfare Canada

Income Security
Programs

Santé et Bien-être social Canada

Programmes de la
sécurité du revenu

Health and Welfare
Canada

Income Security Programs

Santé et Bien-être social
Canada

Programmes de la sécurité du revenu

"Government of Canada" signature

This universal signature of the government (**Fig. 20**) has a broad range of applications. They include items intended for government-wide use, activities involving two or more institutions, as well as facilities occupied by several government institutions. The signature is also used to identify certain boards, councils and committees, and to convey government sponsorship of shared-cost programs (e.g. those involving other governments).

Identifying two or more institutions

When several institutions cooperate on a project, their involvement can be identified in a number of ways. The object is to achieve identification that is brief, avoiding the display of separate signatures each one having a flag symbol. The methods are (**Fig. 21**):

- the "Government of Canada" signature is presented alone, while the institutions are referred to elsewhere (e.g. on the title page of a publication);
- the titles are connected with the conjunction **and** to form a two, three or four-line signature;
- the titles are preceded by the "Government of Canada" signature.

Signature «Gouvernement du Canada»

La signature universelle du gouvernement du Canada (**Fig. 20**) a un large éventail d'applications, y compris les articles utilisés à l'échelle du gouvernement, les activités mettant en cause deux organismes ou plus et les installations occupées par plusieurs institutions du gouvernement. La signature sert également à identifier certains conseils et comités, et à indiquer la participation du gouvernement dans les programmes à coûts partagés (p. ex. ceux qui mettent en cause d'autres paliers du gouvernement).

Identification de deux ou plusieurs institutions

Lorsque plusieurs institutions participent à la réalisation d'un projet, leur participation peut être indiquée de diverses façons. Il faut établir une identification brève et éviter la présentation de signatures distinctes comportant chacune le symbole du drapeau. Voici les méthodes recommandées (**Fig. 21**):

- utiliser la signature «Gouvernement du Canada» seule, et indiquer les titres des institutions concernées ailleurs (p. ex. sur la page titre d'une publication);
- relier les titres par la conjonction **et**, de manière à former une signature de deux, trois ou quatre lignes;
- faire précéder les titres de la signature «Gouvernement du Canada».

Fig. 20

Gouvernement du Canada — Government of Canada

Government of Canada — Gouvernement du Canada

Fig. 21
The means of identifying two or more institutions. — Les façons d'identifier deux institutions ou plus.

Government of Canada — Gouvernement du Canada

Department of Finance and Treasury Board of Canada — Ministère des Finances et Conseil du Trésor du Canada

Gouvernement du Canada — Government of Canada

Santé et Bien-être social Canada — Health and Welfare Canada

Agriculture Canada — Agriculture Canada

"Canada" wordmark

In view of the many fields of application of the "Canada" wordmark, two weights and a range of sizes are in use.

Two versions

The two versions of the wordmark (**Fig. 22**) are intended for different viewing conditions. In general, the fields of application are as follows:

- regular-weight for printed material;
- medium-weight for signage, and markings for motor vehicles, aircraft and watercraft.

Standard sizes

A range of sizes has been selected for each of the versions of the wordmark and are used for applications subject to design standards (stationery, signage, vehicle markings). For reasons of consistency, these sizes are also recommended for other fields of application.

Regular-weight wordmark

The sizes are based on the length of the wordmark, measured from the left edge of the "C" to the right edge of the flag (**Fig. 23**).

The standard sizes are: 20, 23, 25, 30, 35, 40, 45, 50 and 60 mm.

Medium-weight wordmark

The sizes are based on the x-height, measured on the "n" as shown (**Fig. 23**).

The standard sizes are: 20, 40, 60, 80, 100, 120, 140, 160, 180, 200, 220 and 240 mm.

Mot-symbole «Canada»

En raison des nombreuses utilisations du mot-symbole «Canada», on a adopté deux graisses de caractères et un assortiment de corps standard.

Deux versions

Deux versions du mot-symbole (**Fig. 22**) ont été adoptées en raison des conditions qui influent sur la perception. En règle générale, les domaines d'application sont comme suit:

- caractères normaux pour les imprimés;
- caractères demi-gras pour la signalisation, le marquage des véhicules automobiles, des aéronefs et des embarcations.

Corps standard

Un assortiment de corps a été adopté pour chacune des deux versions du mot-symbole, lesquels sont utilisés pour les applications assujetties aux normes graphiques (articles de papeterie, signalisation et marquage des véhicules). Pour des raisons d'uniformité, on recommande d'utiliser les corps standard pour tout autre domaine d'application.

Mot-symbole à caractères normaux

Les corps sont fondés sur la longueur du mot-symbole, mesurée à partir du côté gauche du «C» jusqu'au côté droit du drapeau (**Fig. 23**).

Les corps standard sont: 20, 23, 25, 30, 35, 40, 45, 50 et 60 mm.

Mot-symbole à caractères demi-gras

Les corps sont fondés sur la hauteur «x», mesurée d'après le «n» (**Fig. 23**).

Les corps standard sont: 20, 40, 60, 80, 100, 120, 140, 160, 180, 200, 220 et 240 mm.

Fig. 22
The two versions of the wordmark. Les deux versions du mot-symbole.

Regular-weight Caractères normaux — Medium-weight Caractères demi-gras

Fig. 23
How to measure the wordmark. Comment mesurer le mot-symbole.

Regular-weight Caractères normaux

Medium-weight Caractères demi-gras

Presenting the signature and wordmark

The following rules are fundamental to corporate identity and should be observed when presenting the signature and wordmark.

Visual criteria

To ensure the integrity of corporate signatures and symbols the following criteria apply:

- they may not be altered in any way (see note);
- they should be displayed in generous open space, free from close association with any interfering or distracting elements;
- they may not appear on a visually conflicting background;
- when presenting the signature and wordmark, they should be displayed as two distinct elements;
- the wordmark may not form part of a headline, phrase or sentence.

Note: Exceptions are variations in the layout of a signature, e.g. number of lines, line breaks, and space between columns.

Relative size and position

The relative size and position of the signature and the wordmark are specified for applications that are subject to design standards. Guidance for other fields of application is provided in the appropriate section of this manual.

The ''Canada'' wordmark has been defined as the dominant symbol of the federal identity; this aspect should be reflected when presenting the wordmark.

Signature and text layout

When a signature appears with text in a bilingual, side by side format, the space between the two columns in the signature may be adjusted to achieve alignment with the right-hand column of text. This columnar layout of signature and text is used for FIP applications which are subject to design standards, and is recommended for other applications where a side by side, bilingual format is used (**Fig. 24**).

Présentation de la signature et du mot-symbole

Les règles suivantes sont fondamentales à l'image de marque et devraient être respectées lorsqu'on présente la signature et le mot-symbole.

Règles visuelles

Pour valoriser la signature et le mot-symbole, il faut observer les règles suivantes:

- ils ne devraient en aucun cas et d'aucune façon être modifiés (voir la note);
- ils devraient être bien dégagés, loin de tout élément susceptible d'en diminuer l'effet ou d'en distraire le regard;
- ils ne devraient pas figurer sur un fond susceptible d'en diminuer l'effet;
- la signature et le mot-symbole devraient être présentés comme éléments nettement distincts;
- le mot-symbole ne doit jamais faire partie d'un titre, d'une expression ou d'une phrase.

Note: Exception faite des variations dans la disposition d'une signature, par exemple le nombre de lignes, leur répartition et l'espace entre les colonnes.

Taille relative et emplacement

La taille relative et l'emplacement de la signature et du mot-symbole sont prescrits pour les applications assujetties aux normes graphiques du PCIM. Pour ce qui a trait aux autres applications, les lignes directrices sont énoncées dans les sections pertinentes du présent manuel.

Le mot-symbole «Canada» a été défini comme le symbole principal de l'image de marque; il faut donc en tenir compte dans sa présentation.

Disposition de la signature avec texte

Lorsqu'une signature figure avec un texte bilingue présenté côte à côte, l'espace entre les deux colonnes de la signature peut varier afin que celle-ci soit bien alignée avec la colonne de droite du texte. Cette disposition en colonnes de la signature et du texte est employée pour les applications assujetties aux normes graphiques, et est recommandée pour les autres applications où un format bilingue, côte à côte, est utilisé (**Fig. 24**).

Fig. 24

Treasury Board of Canada
Secretariat
Federal Identity
Program
Background
As with corporate identity programs generally, the Federal Identity Program is based on the use of corporate symbols applied in conjunction with organizational titles. The corporate signatures serve to identify institutions as part of
Conseil du Trésor du Canada
Secrétariat
Programme de coordination
de l'image de marque
Historique
Le programme de coordination de l'image de marque (PCIM), comme tous les programmes qui ont pour but de créer une image d'entreprise, consiste essentiellement à employer des symboles identificateurs conjointement avec les titres des organismes. Les signatures servent à identifier les
institutions comme des composantes

Colours

Colour is an important aspect of the federal identity and is used consistently for key applications (stationery, signage and vehicle markings). The design standards on colour are based on one or more of the following goals:

- to enhance the effectiveness of the corporate identity;
- to achieve cost savings through standardization;
- to conform with national standards, where applicable.

For fields of applications that are not subject to design standards, the choice of colour is discretionary. Nevertheless, certain principles concerning colour and contrast should be observed.

Principles

The basic colours of the government's corporate identity are FIP red, black and white. The flag in the signature and wordmark appears in FIP red, while the type is rendered in black. Notwithstanding this rule, there is much flexibility when using other colours for the signature and "Canada" wordmark.

The principles are:

- to ensure sufficient contrast with the background; and
- to use *one colour* for both flag and type.

A digression from these principles can be appropriate when creating special effects. Examples are cut-out letters for displays or blind-embossing.

Colour specifications

Where applicable, colour specifications are provided in the appropriate sections of this manual (e.g. stationery). For easy reference, the information concerning FIP red is brought together here.

Federal Identity Program red

Two means are used to specify FIP red:

(a) by referring to a product that is available commercially (e.g. Sinclair and Valentine, No. RL163929/0); or

(b) by stating a particular number in a colour reference system (e.g. CGSB 509-211).

Printing ink colours: The following inks meet the requirements for FIP red (see note): General Printing Ink, No. 0-712; Inmont Canada Ltd., No. 4T51577; Rieger Inks No. 25564; or Sinclair and Valentine, No. RL163929/0.

Note: To test consistency in the reproduction of FIP red, reflection density measurements should be made on a McBeth Model No. 1155 SP1 (or equivalent) densitometer. Reflection density using Wratten 58 (green) filter should be not less than 0.80 and not greater than 1.10 density units.

Couleurs

La couleur est un aspect important du PCIM et elle est utilisée de façon uniforme pour les applications clés (articles de papeterie, signalisation et marquage des véhicules). Les normes graphiques concernant la couleur sont fondées sur un ou plusieurs des objectifs suivants:

- accroître l'efficacité de l'image de marque;
- réaliser des économies par la normalisation;
- respecter les normes nationales, le cas échéant.

Dans le cas des applications non assujetties aux normes graphiques, le choix de la couleur est laissé à la discrétion de l'institution concernée. Toutefois, certains principes devraient être respectés en ce qui a trait à la couleur et au contraste.

Principes

Les couleurs de base de l'image de marque du gouvernement sont le rouge du PCIM, le noir et le blanc. Le rouge est utilisé pour le drapeau dans la signature et le mot-symbole, tandis que les caractères sont noirs. Malgré cette règle, il existe beaucoup de souplesse quant à l'utilisation d'autres couleurs pour la signature et le mot-symbole. Voici les principes à respecter:

- assurer un contraste suffisant avec le fond; et
- utiliser *une seule couleur* pour le drapeau et les caractères.

Il est permis de déroger à ces principes lorsqu'on veut produire un effet spécial. Des exemples sont les caractères à trois dimensions pour les étalages, ou le gaufrage sans encre sur un imprimé.

Spécifications relatives à la couleur

Le cas échéant, les spécifications relatives à la couleur sont énoncées dans les sections appropriées du présent manuel (p. ex. articles de papeterie). Dans le but de faciliter la consultation, les exigences concernant le rouge du PCIM sont regroupées ci-après.

Rouge du PCIM

On précise le rouge du PCIM de deux façons:

a) en nommant un produit qui est disponible sur le marché (p. ex. Sinclair and Valentine, nº RL163929/0); ou

b) en signalant un numéro particulier dans le répertoire d'un système de couleur (p. ex. ONGC 509-211).

Couleurs d'encre d'imprimerie: Les encres suivantes répondent aux exigences concernant le rouge du PCIM (voir la note): General Printing Ink, nº 0-712; Inmont Canada Ltée, nº 4T51577; Rieger Inks, nº 25564; ou Sinclair and Valentine, nº RL163929/0.

Note: Pour assurer le rendu uniforme du rouge du PCIM, il faut procéder à des mesures de densité à l'aide d'un densimètre McBeth 1155 SP1 ou l'équivalent. La densité doit être de 0,80 à 1,10 unité de densité, mesurée avec un filtre Wratten 58 (vert).

Paint colours: Specifications for FIP red should refer to the colour CGSB 509-211 which is shown in CGSB 1-GP-12, *Standard Paint Colours*. Swatches of this colour may be purchased from the Canada Communication Group, Publishing, of Supply and Services Canada.

Weather-resistant product: A special, weather-resistant product has been approved for exterior primary signs where it is used for the red flag in the wordmark. This 3M product is referred to as cast-in ''tomato'' red vinyl No. 180-13.

When using FIP red for other applications that are subject to weathering, the use of this product is recommended.

Couleurs de peinture: Les spécifications pour le rouge du PCIM devraient correspondre à la couleur ONGC 509-211 qui figure dans la norme ONGC F1-GP-12, intitulée *Couleurs étalons des peintures*. On peut se procurer des échantillons de cette couleur auprès du Groupe Communication Canada, Édition, Approvisionnements et Services Canada.

Produit résistant aux intempéries: Un produit spécial qui résiste aux intempéries a été approuvé pour les panneaux d'identification principaux extérieurs, où il est utilisé pour le drapeau du mot-symbole. Ce produit de la compagnie 3M, est le vinyle rouge «tomate» (obtenu par la coloration dans la masse) 3M, n° 180-13.

Lorsqu'on utilise le rouge du PCIM pour des applications exposées aux intempéries, l'usage de ce produit est recommandé.

Reproduction of symbols and signatures

Quality

The use of good masters (reproduction proofs or electronic versions) is essential to maintaining quality. Reproductions should always appear sharp, well-defined, and without distortion (**Fig. 25a**). A concern for quality helps to build and maintain the full recognition value of the signature and wordmark. The examples show signatures and symbols that were altered, distorted, or redesigned; such substitutes are unacceptable (**Fig. 25b**).

Reproduction de symboles et de signatures

Qualité

L'utilisation de contre-épreuves ou de versions électroniques de haute qualité est essentielle pour assurer la qualité de la reproduction. Les reproductions devraient être nettes, claires et sans maculage ou imperfection (**Fig. 25a**). Le souci de la qualité contribue à faire reconnaître l'importance de la signature et du mot-symbole. La figure renferme des exemples de cas où les signatures et symboles ont été modifiés, déformés, ou refaits; de tels substituts sont inacceptables (**Fig. 25b**).

Fig. 25a

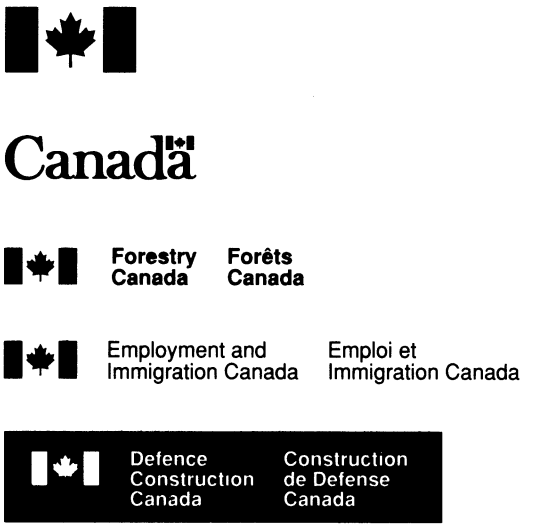


Fig. 25b

Where applicable, the following Supply and Services Canada publications should be consulted:

- Typesetting Quality Levels (latest edition, 1987);
- Quality Levels for Printing (latest edition, 1988).

Reproduction proofs

All institutions have been provided with a set of proofs that include commonly-used sizes:

- Coat of Arms, 12 to 24 mm
- Flag symbol for signatures of 6 to 12 pt
- ''Canada'' wordmark, 20 to 30 mm
- ''Canada'' wordmark, 35 to 60 mm

For larger sizes of the symbols, or for special needs, contact the Federal Identity Program. The office keeps the original artwork of the symbols as well as reproduction proofs.

''Government of Canada'' signatures

Proofs of signatures in a range of weights and point sizes are available upon request. Contact the Federal Identity Program.

Procurement of institutional signatures

Each institution is responsible for the procurement of its signatures and will find it convenient to maintain a supply of signatures in the sizes and weights commonly needed; any requirements from within the institution or by suppliers (e.g. advertising agencies or design studios) can then be met. For reference purposes, weights and point sizes should be indicated on the type proof.

For advice on procurement contact Printing Services, Supply and Services Canada.

Electronic formats

The flag symbol and the ''Canada'' wordmark are available in Encapsulated PostScript (EPS) files. They can be used in most popular publishing software applications (e.g. Quark Xpress, Aldus Pagemaker, Ventura Publisher, WordPerfect) running on platforms such as IBM PC and compatibles or Macintosh. Users should consult the manual for the particular software to determine how EPS files may be used.

Federal institutions may wish to establish their own library of graphic elements required for their corporate identity and suited to their particular computer environment. When undertaking such a project, institutions should ensure they have current information concerning FIP design standards and electronic formats, and may contact the Federal Identity Program.

Technical advice on the creation of electronic files is available from the Text and Image Processing Centre, Printing Services, Supply and Services Canada.

Le cas échéant, consulter les publications suivantes d'Approvisionnements et Services Canada pour évaluer la qualité:

- Niveaux de la qualité de la composition (dernière édition, 1987);
- Normes d'impression (dernière édition, 1988).

Contre-épreuves

Les institutions ont toutes reçu un jeu de contre-épreuves qui incluent les tailles les plus couramment utilisées:

- Armoiries, 12 à 24 mm
- Symbole du drapeau pour signatures de 6 à 12 pts
- Mot-symbole «Canada», 20 à 30 mm
- Mot-symbole «Canada», 35 à 60 mm

Pour des symboles de plus grande taille ou des besoins particuliers, il faut s'adresser au Programme de coordination de l'image de marque. Le bureau garde les dessins originaux des symboles ainsi que les contre-épreuves.

Signatures «Gouvernement du Canada»

On peut se procurer des contre-épreuves de signatures de divers corps et graisses de caractères auprès du Programme de coordination de l'image de marque.

Acquisition des signatures institutionnelles

Chaque organisme est chargé d'acquérir ses propres signatures et trouvera utile d'avoir à sa disposition des contre-épreuves de sa signature dans les corps et les graisses les plus souvent utilisés; ils pourront alors satisfaire les besoins internes ou de leurs fournisseurs (p. ex. agences de publicité ou bureaux de design). À titre d'information, il est suggéré d'indiquer la graisse et le corps sur la contre-épreuve.

On peut obtenir des renseignements concernant l'acquisition auprès des Services d'imprimerie d'Approvisionnements et Services Canada.

Formats électroniques

Le symbole du drapeau et le mot-symbole «Canada» sont disponibles dans des fichiers Encapsulated PostScript (EPS). Ils peuvent être employés dans les application des logiciels d'édition les plus courants (p.ex. Quark Xpress, Aldus Pagemaker, Ventura Publisher, WordPerfect) et sont utilisés par le biais d'ordinateurs personnels IBM et compatibles ou Macintosh. Pour apprendre à utiliser les fichiers EPS, les utilisateurs devraient consulter le manuel fourni avec le logiciel en question.

Les institutions fédérales peuvent établir leur propre bibliographie d'éléments graphiques requis pour leur image de marque et leurs installations informatiques. Les institutions fédérales qui entreprennent un tel projet devraient disposer de renseignements à jour au sujet des normes graphiques et des présentations électroniques. Elles peuvent en outre s'adresser au Programme de coordination de l'image de marque.

On peut obtenir des renseignements techniques au sujet de la création de fichiers électroniques auprès du Centre de traitement de textes et d'images, Services d'imprimerie, Approvisionnements et Services Canada.

Glossary

For easy reference, certain terms established for purposes of the Federal Identity Program are included here.

applied title: The approved name used in the signature to identify an institution, program or activity.

base line: An imaginary line on which the bottoms of capital letters rest.

"Canada" wordmark: The global identifier of the government; it consists of the word "Canada" with the Canadian flag over the final "a".

compound signature: The combination of a symbol and more than one title.

design standard: The approved rules on the use of design elements outlined in the FIP policy. They pertain to aspects such as size, layout, colour, typography and use of symbols.

em: A unit of linear measurement for which the width varies according to the type size in use, e.g. 10 point em is 10 points wide.

normal letterspacing: The letterspacing values allotted by the typefont designer or the manufacturer of the typesetting equipment.

pica: A unit of measurement used in typography: approximately 4.2 mm.

point: A unit of measurement used in typography: approximately 0.35 mm; abbreviated "pt"; 12 points equal 1 pica.

reproduction proof: A sharp and well-defined photoprint or clean type proof in dense black colour, used for image transfer onto offset plates, engravings, etc.

selective kerning: The selective reduction of space between certain typeset character combinations; the rest of the setting retains normal letterspacing. When applied to awkward letter combinations (e.g. Te, Av), kerning improves visual letter-fit and overall letterspacing uniformity and legibility of a word, line or block of type.

service title: The name that identifies an organizational unit, program, service or activity, and for purposes of a signature appears with the applied title of the parent institution.

signature: The combination of a symbol and a title. (Also referred to as the corporate signature.)

solid: Type matter without any additional spaces between lines; it is said to be "set solid".

weight: In typography, the degree of blackness of a typeface.

"x": A unit of measurement used in signage: the square of the x-height of the character size.

x-height: The height of the central portion of lowercase letters, exclusive of ascenders and descenders, i.e. the height of w,x,z. It is used to identify character sizes in signage.

Lexique

Pour des raisons de commodité, voici un certain nombre de termes employés par le PCIM.

compact: En typographie, se dit d'une composition sans espace entre les lignes.

contre-épreuve (de reproduction): Épreuve photographique nette et claire ou épreuve typographique noir foncé servant entre autres, au report, sur une plaque offset.

crénage sélectif: Procédé qui permet de réduire l'espace entre les caractères dans certains regroupements de lettres, tout en conservant l'espacement normal pour le reste de la composition. Employé pour corriger un espacement normal qui paraîtrait inesthétique (par exemple Te ou Av) le crénage améliore l'aspect, uniformise et rend plus lisible un mot, une ligne ou un groupe de lignes.

em: Unité de mesure typographique dont la valeur varie selon le corps du caractère, par exemple, un em de 10 points a une largeur de 10 points.

espacement normal: Espacement entre les lettres déterminé par le concepteur de la fonte des caractères ou par le fabricant du matériel de composition.

graisse: En typographie, partie pleine et noire dans le dessin du caractère.

hauteur «x»: Hauteur des lettres minuscules, sans jambages ascendants ou descendants, c'est-à-dire la hauteur des lettres w, x, z. En signalisation, la hauteur «x» sert à déterminer le corps des caractères.

ligne de base: Ligne imaginaire reliant la base des lettres majuscules.

mot-symbole «Canada»: il s'agit de l'identificateur universel du gouvernement; il comprend le mot «Canada», accompagné du drapeau canadien au-dessus du «a» final.

norme graphique: règles approuvées sur l'emploi des éléments graphiques énoncés dans la politique du PCIM. Elles portent sur des aspects tels que taille, disposition, couleurs, typographie et utilisation des symboles.

pica: Unité de mesure typographique d'environ 4,2 mm.

point: Unité de mesure typographique d'environ 0,35 mm; 12 points font un pica.

signature: ensemble constitué d'un symbole et d'un titre.

signature composée: ensemble constitué d'un symbole et plus qu'un titre.

titre de service: titre servant à identifier une unité organisationnelle, un programme ou un service et qui, dans une signature, est utilisé avec le titre d'usage de l'organisme parent.

titre d'usage: titre autorisé, utilisé dans la signature et servant à identifier une institution, un programme ou une activité.

«x»: Unité de mesure employée dans la signalisation: le carré de la hauteur «x» du corps des caractères.

Treasury Board of Canada Secretariat

Federal Identity Program Manual

Message

Identification of programs and services

September 1987

Conseil du Trésor du Canada Secrétariat

Manuel du Programme de coordination de l'image de marque

Message

Identification des programmes et des services

Septembre 1987

1.2

Canada

Table of contents

Introduction 3
Scope 3
Objectives 3
Responsibilities 4

Identification: a systems approach 4

Managing a system 4
Identification of government services 4
Access to government services 4
Message: Who needs to know? 4
Service titles 7

Message: editing and design 8

The process: verbal and visual 8

Official languages: side by side 9

Equivalence 9
Message elements common to both languages 10

Addresses: functional and concise 12

General considerations 12
Mailing addresses 13

Sign communications 16

Principles 16
Primary identification signs 16
Directory boards 21
Operational signs 23
Project signs 23

Official languages: style 24

Titles 24
Abbreviations 24
Accents 24
Capitalization 24
Punctuation 24
Points of the compass 25
Dates 26
Time of day 26
Time duration 26

Official languages: use of names 28

Names of buildings, structures and sites 28
Street names 29
Geographical names 29
Names of provinces and territories 29
Names of other governments or institutions 29

Bibliography 30

Commonly used terms (Appendix A) 31

Table des matières

Introduction 3
Portée 3
Objectifs 3
Responsabilités 4

Système d'identification 4

Gestion d'un système 4
Identification des services gouvernementaux 4
Accès aux services gouvernementaux 4
Message: Qui informer? 4
Titres de service 7

Message: rédaction et design 8

Le processus verbal et visuel 8

Langues officielles: côte à côte 9

Équivalence 9
Présentation d'éléments communs aux deux langues 10

Adresses: aspect fonctionnel et concision 12

Généralités 12
Adresses postales 13

Panneaux de signalisation 16

Principes 16
Panneaux d'identification principaux 16
Tableaux répertoires 21
Panneaux fonctionnels 23
Panneaux de projet 23

Langues officielles: règles et usages 24

Titres 24
Abréviations 24
Accents 24
Majuscules 24
Ponctuation 24
Points cardinaux 25
Représentation de la date 26
Représentation de l'heure 26
Représentation de la durée 26

Langues officielles: emploi des noms 28

Noms d'immeubles, d'ouvrages et de sites 28
Noms de voies publiques 29
Noms géographiques 29
Noms de provinces et de territoires 29
Noms d'autres gouvernements ou institutions 29

Bibliographie 30

Expressions fréquemment employées (Appendice A) 31

Introduction Messages that identify services or inform about programs appear in many applications of the FIP. These messages play an important role in helping the general public gain access to government services.

This section is intended to clarify FIP policy as it applies to the identification of programs and services, including the use and presentation of the official languages. It should be used with Chapter 470, "Federal Identity Program" of the *Administrative policy manual.*

To help users of the FIP Manual to develop an appropriate version of a message in each official language, certain rules of style and usage have been included in this section. These rules were prepared in consultation with the Translation Bureau, Department of the Secretary of State of Canada.

Plain and simple

Government programs and services should be identified in plain language that clearly describes their purpose. Messages should meet the needs of the public. Therefore they should be brief, and should not describe organizational hierarchies. Functional identification is user-oriented. Organizational identification on the other hand, primarily serves a bureaucracy.

The need for guidelines was identified following a review of the message content in FIP applications such as forms, advertising, paid announcements, and signage. The review showed a preoccupation with bureaucratic concerns and a failure to identify programs and services clearly to the public. It also revealed errors in the text and a disregard for the standards of style and usage of each official language.

The purpose of these guidelines is to clarify government policy and to explain how it can be implemented.

Scope Guidelines are provided on the creation and presentation of messages in both official languages. Such messages identify government programs and services, and generally include titles, addresses or other information needed by the public.

The fields of application for these messages include stationery, calling cards, forms, public notices, advertising and signage.

Directly related is the use of titles and addresses in a telephone directory (e.g. blue pages) or an index to federal programs and services. The use of service titles may also affect telephone answering.

Objectives The guidelines on the creation and presentation of messages are based on these objectives:

- to facilitate access to federal programs and services;
- to promote consistency and clarity in the writing and presentation of both official languages;
- to promote the functional identification of government services;
- to assist effective communication in applications where messages must be concise.

Introduction Les messages qui identifient les services ou les programmes ou qui renseignent à leur sujet figurent dans de nombreuses applications du Programme de coordination de l'image de marque (PCIM). Ces messages facilitent l'accès du grand public aux services fédéraux.

La présente section précise la politique du PCIM quant à l'identification d'un service ou d'un programme, et traite des règles d'utilisation et de présentation des langues officielles. Elle devrait être lue de pair avec le chapitre 470, « Programme de coordination de l'image de marque » du *Manuel de la politique administrative.*

Pour aider les utilisateurs du Manuel du PCIM à bien rédiger le texte d'un message dans chaque langue officielle, certaines règles de style et d'usage ont été incorporées dans cette section. Elles ont été préparées de concert avec le Bureau des traductions du Secrétariat d'État du Canada.

Identification claire et simple

Les programmes et les services gouvernementaux devraient être identifiés en termes simples qui décrivent clairement leur nature. Les messages devraient répondre aux besoins du public, être brefs et ne comporter aucune indication sur la hiérarchie des organismes. L'identification fonctionnelle est axée sur l'utilisateur, contrairement à l'identification des organismes qui répond essentiellement aux besoins de la bureaucratie.

On a jugé nécessaire d'établir des lignes directrices en la matière après avoir procédé à l'examen du message de certaines applications du PCIM, comme les formules, la publicité, les annonces payées et la signalisation. L'examen a en effet révélé que l'importance accordée aux objectifs bureaucratiques empêchait d'identifier efficacement les programmes et services destinés au grand public. Il a également relevé des textes fautifs et l'insouciance manifestée à l'égard des règles de style et d'usage de chaque langue officielle.

Ces lignes directrices visent à préciser la politique gouvernementale et à décrire les moyens de l'appliquer.

Portée Les lignes directrices concernent la création et la présentation de messages dans les deux langues officielles. Ces messages servent à l'identification des programmes et des services gouvernementaux et comprennent généralement des titres, des adresses et autres renseignements qui doivent être communiqués au public.

Le champ d'application des messages englobe les articles de papeterie, les cartes de visite, les formules, les avis publics, la publicité et la signalisation.

Il faut également noter l'utilisation des titres de services et des adresses dans un annuaire téléphonique (pages bleues) ou dans un répertoire des programmes et services gouvernementaux. Les titres de services peuvent aussi être utilisés lorsqu'on répond au téléphone.

Objectifs Les lignes directrices régissant la création et la présentation de messages se fondent sur les objectifs suivants:

- de faciliter l'accès aux programmes et aux services fédéraux;
- de promouvoir l'uniformité et la clarté dans l'expression et la présentation des deux langues officielles;
- de promouvoir l'identification fonctionnelle des services gouvernementaux;
- d'améliorer l'efficacité de la communication dans des applications où le message doit être concis.

Responsibilities Each government organization is responsible for the content and the linguistic quality of texts in both official languages. To ensure that messages are correct in every respect, organizations should provide appropriate controls.

Responsabilités Chaque organisme fédéral est responsable du contenu et de la qualité linguistique de ses textes dans les deux langues officielles. Pour s'assurer que leurs messages sont à tous points de vue impeccables, les organismes devraient établir des mesures de contrôle pertinentes.

Identification: a systems approach

Coherent messages are the basis of systematic identification. On a visual level, the FIP provides coherence through the consistent use of graphic elements; on a verbal level, the applied title identifies an organization in a consistent manner.

Managing a system Messages that identify programs and services form an important part of an organization's corporate identity. Generally, it is the FIP coordinator who maintains an overview of all the applications of an organization's corporate identity and who can best advise on messages that identify services. Messages must be clear and consistent to meet the needs of the public. The modes of contact by the public vary and may include personal contact in an administrative setting or a field situation, or contact by mail or telephone.

Identification of government services The relationship between **corporate** and **service** identification should be evaluated. The term "corporate identification" means the identity as expressed by an organization's signature, "Canada" wordmark, standard typeface, and specific colours and layout. Generally, the corporate identification is supplemented by a message that is specific to a particular service or location (**Fig. 1**).

Access to government services The interaction between information provided in advance and the identification provided at the point of service should be assessed. It is an analysis of the process people use to find and gain access to government programs and services (**Fig. 2**).

Message: Who needs to know? Messages must be "tuned" to the receiver, the public. To produce an effective message, the author must know the nature of the particular public and its needs for information. To help the public to find and gain access, a user-centered approach is needed. Messages referring to a government service should be consistent wherever they appear, in advance of, or at the point of service.

Système d'identification

L'homogénéité des messages est à la base de tout système d'identification. Sur le plan visuel, le PCIM permet une telle homogénéité, grâce à l'utilisation constante des mêmes éléments graphiques; sur le plan écrit, le titre d'usage identifie les organismes de façon uniforme.

Gestion d'un système Les messages qui identifient les programmes et les services font partie intégrante de l'image de marque d'un organisme. En général, le coordonnateur du PCIM tient un relevé de toutes les applications que fait un organisme de cette image de marque et est donc le mieux placé pour donner des conseils sur les messages touchant l'identification des services. Les messages doivent être clairs et uniformes afin de répondre aux besoins du public. Les contacts avec le public sont divers et peuvent inclure les entretiens personnels dans un bureau ou ailleurs, ou les contacts par lettre ou téléphone.

Identification des services gouvernementaux Les rapports qui existent entre **l'identification de l'organisme** et **l'identification d'un service** devraient être étudiés. Le terme « identification de l'organisme » désigne l'entité représentée par la signature de l'organisme, le mot-symbole « Canada », le caractère normalisé, enfin les couleurs et la disposition particulières. L'identification de l'organisme s'accompagne en général d'un message signalant un service ou un lieu particulier (**Fig. 1**).

Accès aux services gouvernementaux Le rapport entre l'information fournie à l'avance et l'identification fournie au point de service devrait être évalué. Cette analyse indiquera comment le public repère les programmes et services gouvernementaux, et y a accès (**Fig 2**).

Message: Qui informer? Les messages étant destinés au public, ils doivent prendre celui-ci en considération. Pour que le message passe bien, il faut que son auteur en connaisse le destinataire et les renseignements qui lui seront utiles. Pour faciliter l'accès aux services gouvernementaux, le message doit être axé sur l'utilisateur. Les messages signalant un service gouvernemental doivent être uniformes, qu'il s'agisse d'information fournie à l'avance ou au point de service.

Fig. 1
Identification of government services. Identification des services gouvernementaux.

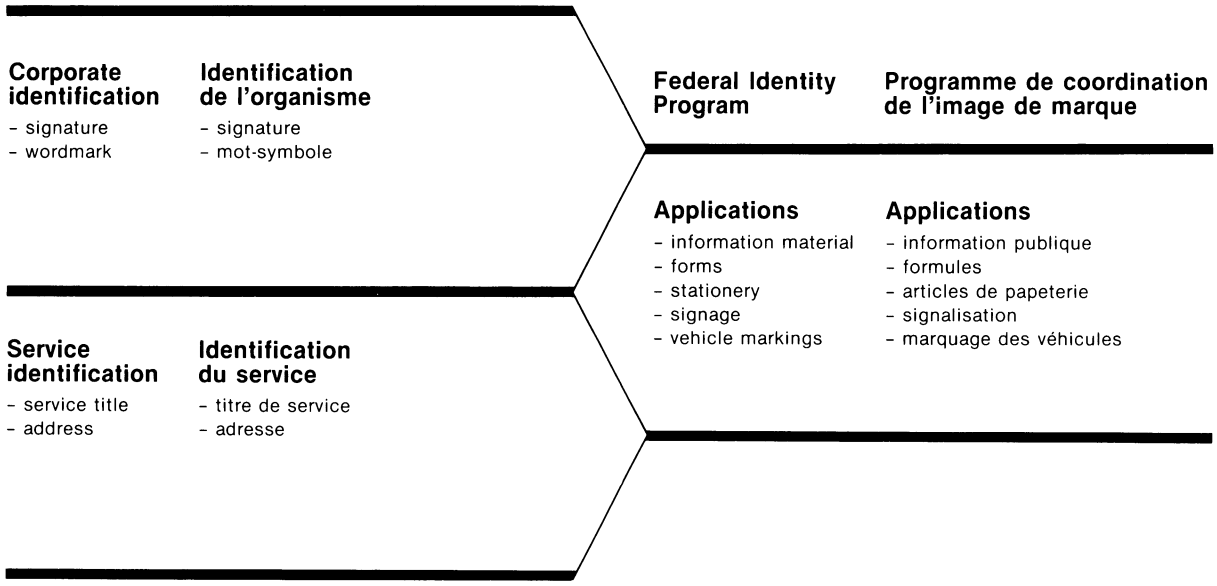
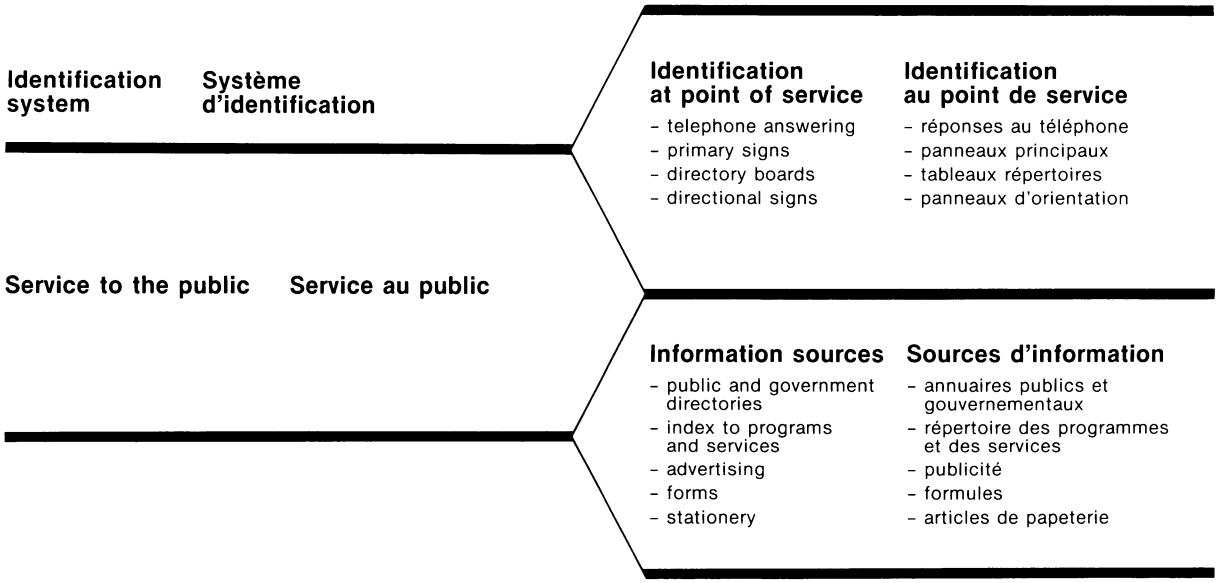


Fig. 2
Access to government services. Accès aux services gouvernementaux.



Information provided in advance

Much of the advance information available to the public is found in sources such as telephone directory "blue pages". Other advance information is provided by federal organizations in the form of printed material or advertisements. Within an identification system, the terms used and the type of message provided in advance should be reflected at the point of service. For example, the title or address listed in the "blue pages" should appear on a sign identifying the location of the service; the name of a service appearing on a sign should be used when referring to this service in a brochure and when answering the telephone in the office providing this service (Fig. 3).

Information fournie à l'avance

La plupart des renseignements disponibles à l'avance peuvent être tirés de sources non gouvernementales comme les « pages bleues » de l'annuaire téléphonique. Les organismes fédéraux fournissent d'autres renseignements de ce genre dans diverses publications ou dans la publicité. Dans un système d'identification, les termes utilisés et le type de message fourni à l'avance devraient se retrouver au point de service. Ainsi, l'adresse ou le titre indiqué dans les « pages bleues » devrait apparaître sur un panneau identifiant l'emplacement du service; de même, le nom d'un service figurant sur un panneau devrait être utilisé lorsqu'on mentionne ce service dans un dépliant ou qu'on répond au téléphone dans le bureau où il est offert (Fig. 3).

Fig. 3
Identification of an organization in various listings and on the primary sign.

Identification d'un organisme dans diverses listes et sur le panneau d'identification principal.

Fig. 3a
As listed in telephone directory "blue pages".

Telle qu'indiquée dans les « pages bleues » de l'annuaire téléphonique.

EMPLOYMENT AND IMMIGRATION CANADA
EMPLOYMENT CENTRES
Ottawa East
25 MacArthur Av. Vanier
Employment Services 993-9810
Insurance Inquiries 992-1300
Ottawa South
1355 Bank
Employment Services 998-9420
Insurance Inquiries 992-1300
Ottawa West
1400 Merivale Rd Nepean
Employment Services 998-9860
Insurance Inquiries 992-1300

Fig. 3b
As listed in an index to government services.

Telle qu'indiquée dans un répertoire des services du gouvernement.

Employment and Immigration Canada

Canada Employment Centre
1355 Bank Street
Post Office Box 9777
Ottawa South
K1J 4A5
998-9420

Canada Employment Centre
1400 Merivale Road
Post Office Box 9725
Ottawa West
K1G 4A4

Fig. 3c
As shown on a directory board provided by the lessor (generic identification).

Telle qu'indiquée sur un tableau répertoire installé par le locateur (identification générique).

ACME RESEARCH	101
KELLY & GREENE LAW OFFICES	102
EMPLOYMENT AND IMMIGRATION CANADA	103
CENTRAL ADVERTISING AGENCY	104
MARKET INVESTMENTS LTD	105

Fig. 3d
The primary identification sign (corporate identification).

Panneau d'identification principal (identification de l'organisme).

Employment and Immigration Canada
Emploi et Immigration Canada
1355
Bank Street
rue Bank
Canada

Service titles These are names that identify an organizational unit, program or service and appear in conjunction with the signature of the parent organization. Establishing these titles is the function of the corporate identity manager, and organizations are encouraged to review their existing titles in terms of the criteria set out below.

Titles should be applied consistently throughout an organization. This is most important for titles that are used in communications with the public. Organizations with regional operations should establish these titles centrally to achieve uniformity throughout all regions. A service title should respect the following criteria:

- be as brief as possible to promote effective communication;
- begin with a key word and avoid the repetition of words or concepts used in the title of the parent organization;
- respect the linguistic usage in both official languages; and
- not contain an abbreviation or ampersand (&).

Brevity

The need to use these titles in applications where messages must be concise (e.g. signs, directories) should be a prime consideration. Certain words may be redundant: Canadian, Canada, Government, Federal or National. Similarly, certain general terms that reflect an organization's structure may be avoidable: Administration, Office, Branch or Division. These terms reflect an organization's hierarchy and are often of little significance to the general public which relies on key words to locate and gain access to services.

Assisting the ultimate user

The creation of an acronym should not be the sole consideration when determining a service title. A hypothetical example would be the title "Board of Industrial Development (BID)" as opposed to "Industrial Development Board (IDB)". The latter does not produce an acronym, but it does start with the key word "Industrial", an obvious advantage in alphabetical listings. (It is recognized that a similar use of key words probably would not be feasible when creating a French title.)

Abbreviations: language of codes

A service title should not contain an abbreviation. It would be unrealistic however, to dismiss the need for abbreviations in government communications. For those who create them and use them regularly, abbreviations form a convenient "shorthand", but for the public they represent a language of codes that is at best difficult to decipher and at worst incomprehensible. Messages directed at the public should not contain acronyms or abbreviations unless they appear in the context of the full title.

Titres de services Ces désignations servent à identifier une unité, un programme ou un service de l'organisme et paraissent avec la signature de l'organisme parent. L'établissement des titres incombe au responsable de l'image de marque de l'organisme, et les organismes sont invités à revoir leurs titres actuels en fonction des critères énumérés ci-dessous.

Les titres doivent être utilisés avec uniformité dans tout l'organisme, surtout s'ils servent dans les communications avec le grand public. Les organismes ayant des bureaux régionaux devraient établir ces titres au siège social de l'organisme afin qu'ils soient les mêmes dans toutes les régions. Le titre d'un service devrait respecter les critères suivants:

- être aussi court que possible afin de favoriser une communication efficace;
- débuter avec un mot-clé, en évitant la répétition de mots ou de concepts utilisés dans le titre de l'organisme parent;
- respecter l'usage linguistique des deux langues officielles; et
- ne pas contenir d'abréviations ou d'esperluètes (&).

Concision

Il est essentiel de tenir compte de la nécessité d'utiliser ces titres lorsque les messages doivent être concis (par exemple les panneaux, les annuaires). Certains termes peuvent être superflus, comme canadien, Canada, gouvernement, fédéral ou national. De même, il peut être possible d'éviter l'emploi de certains termes généraux qui reflètent la structure d'un organisme, par exemple les mots administration, bureau, direction ou division. Ces termes décrivent la hiérarchie d'un organisme, mais ont souvent peu d'importance pour le grand public qui se fie plutôt à des mots-clés pour trouver des services et y avoir accès.

Aider le destinataire du message

La rédaction d'un titre de service ne devrait pas se fonder uniquement sur la création d'un acronyme. Comparons, par exemple, les deux titres fictifs suivants: « Board of Industrial Development (BID) » et « Industrial Development Board (IDB) ». Bien que ce dernier titre ne forme pas un acronyme, il débute par le mot-clé « Industrial », ce qui représente un avantage évident pour la présentation dans une liste alphabétique. (Mentionnons enfin qu'il serait probablement impossible d'avoir recours aux mêmes mots-clés pour la création de titres français.)

Abréviations: langue codé

Un titre de service ne devrait pas comporter d'abréviation; néanmoins, il serait peu réaliste de ne pas reconnaître l'utilité des abréviations dans les communications gouvernementales. Pour ceux qui les créent et les utilisent régulièrement, les abréviations s'avèrent très pratiques; pour le public cependant, elles forment un langage codé difficile à déchiffrer, voire incompréhensible. Les messages destinés au grand public ne devraient pas comporter d'abréviations ou de sigles à moins d'apparaître avec le titre complet.

Message: editing and design

Editing and design both give meaning and form to a message. The transition from the first draft or layout to the final communication is a process of arranging, organizing, and in many cases rephrasing. The choice of words, of spatial relationships and of expressive graphic elements results in meaningful and purposeful communications. An objective review takes place during the process of drafting and designing.

The process: verbal and visual Throughout this section, the guidelines and examples deal with words and typography, or content and form. The task of combining these elements is a good deal more than an arrangement of the message on, for example, a sign. Communicating a message effectively requires methodology. This includes:

- skillful choice of words;
- organization of the words into a logical sequence;
- presentation of the words in typographic, spatial terms.

The first and second aspects are verbal and the responsibility of the editor; the last is visual and involves the designer. All three are inter-related and the thought processes and goals are identical: to give meaning to a message, to strengthen its significance, to make the important stand out against the unimportant. A message presented in "tone-of-voice" typography reflects the relative importance of verbally expressed thoughts; it gives impact to a communication (Fig. 4).

Equally important are an understanding of the conditions under which the message is to be received and an awareness of its continuity with related information. This points to the need for coordination and the importance of editing and design: to transcribe the available information into words; to project these in a dynamic form; and to help achieve a communication that is easy to understand.

Message: rédaction et design

La rédaction et le design renforcent le sens et la forme du message. Pendant l'étape comprise entre la première version ou disposition du message et sa dernière forme, le texte est organisé, revu et parfois refait. Le choix des mots, de la disposition et des éléments d'expression graphique aboutit à des messages utiles et expressifs. Lors de la rédaction et du design du message, sa forme et son contenu sont examinés objectivement.

Le processus verbal et visuel Dans toute cette section, nous parlerons des mots et de la typographie, soit de contenu et de forme, en donnant des exemples. Concilier ces éléments va bien au-delà de la simple organisation d'un message, par exemple sur un panneau. Pour que le message passe bien, il faut:

- choisir les termes appropriés;
- leur donner une suite logique;
- les agencer en tenant compte de l'espace et de la typographie.

Les deux premiers aspects sont verbaux et relèvent de la rédaction, le dernier est visuel et concerne le design. Tous trois sont interdépendants; en termes de processus intellectuels et de buts, ils sont identiques et visent à donner un sens au message, à attirer l'attention sur lui et à dégager l'essentiel. Quand la typographie fait ressortir l'importance relative des idées exprimées de vive voix, le message fait impression (Fig. 4).

Pour que le message passe bien, il faut aussi connaître ses conditions de réception et ses liens avec les renseignements connexes. Une bonne coordination et les fonctions de la rédaction et du design permettent de transformer les données en mots, de leur donner une présentation dynamique et de produire un message facile à saisir.

Fig. 4

Effective communication:
Communicating a message effectively requires: a skillful choice of words; organizing the words in a logical sequence; and presenting the words in typographic, spatial terms.
graphic presentation

Effective communication

- choice of words
- logical sequence
- graphic presentation

Communication efficace:
Pour que le message passe bien, il faut: choisir les termes appropriés; leur donner une suite logique; et les agencer en tenant compte de l'espace et de la typographie.
présentation graphique

Communication efficace

- choix des mots
- suite logique
- présentation graphique

Effective communication

- Choice of words
- Logical sequence
- Graphic presentation

Communication efficace

- Choix des mots
- Suite ordonnée et logique
- Présentation graphique

Official languages: side by side

When presenting the two official languages in a side by side format, care must be taken to achieve equivalence in both content and appearance. The following guidelines deal with the process of combining English and French texts in a bilingual layout.

Equivalence The policy (Chapter 470) requires a message to be equally complete in each official language and to correspond in all respects.

To achieve equivalence in both content and number of lines, a revision of the original text may be required. This could include segmenting the text into main and secondary messages, or rephrasing.

Choosing the line breaks

Messages that are to be presented in more than one line should be broken into readable phrases. Articles and prepositions at the end of a line should be avoided. In addition, an attempt should be made to provide a visual balance between the two language columns. Although a visual balance is generally achieved by using the same number of lines for each language, compromises may have to be made to avoid one language column of three or more lines, each consisting of one word only (**Fig. 5**).

Langues officielles: côte à côte

Lorsque les deux langues officielles sont présentées côte à côte, il faut s'efforcer d'assurer l'équivalence textuelle et visuelle. Les lignes directrices suivantes traitent de la façon de regrouper les textes français et anglais dans une présentation bilingue.

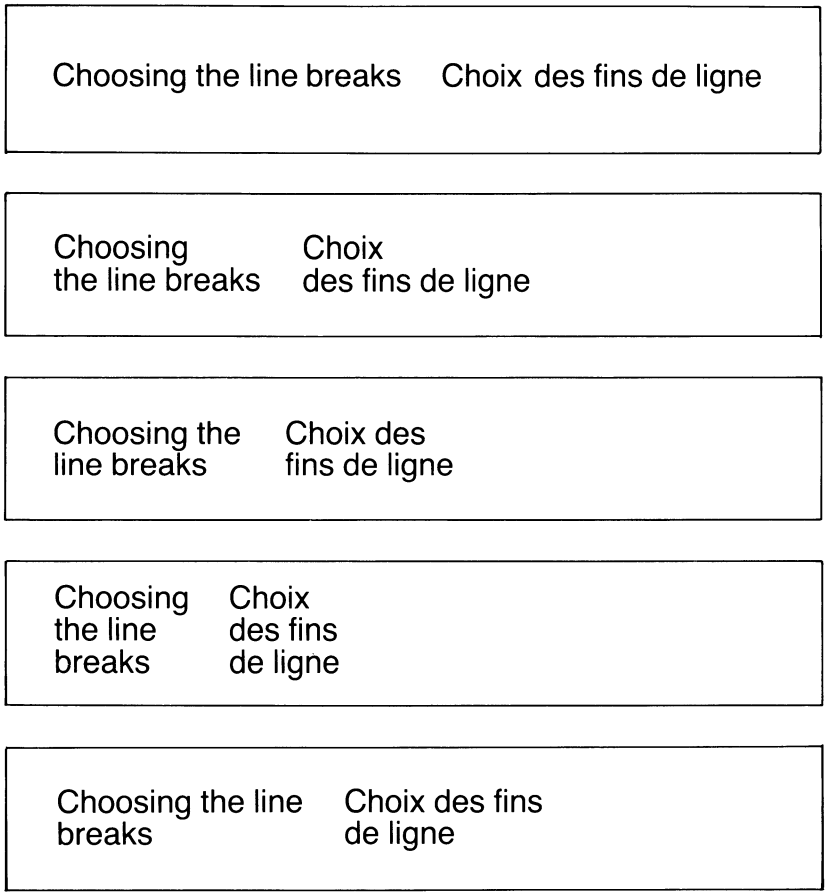
Équivalence La politique (chapitre 470) exige que le message soit aussi complet dans les deux langues officielles et soit le même à tous les égards.

Afin que les contenus soient équivalents et les textes d'une longueur comparable, il peut être nécessaire de réviser le texte original, ce qui pourrait donner lieu à l'établissement d'un message principal et d'un message secondaire, ou encore à une reformulation du texte.

Choix des fins de lignes

Les messages de plus d'une ligne devraient être découpés en sections faciles à lire en évitant de placer les articles et les prépositions en fin de ligne et en équilibrant les colonnes française et anglaise. Bien qu'on puisse atteindre un certain équilibre en utilisant le même nombre de lignes dans chaque colonne, cette solution n'est pas toujours possible si l'on veut éviter que l'une des colonnes comporte trois ou quatre lignes d'un seul mot chacune (**Fig. 5**).

Fig. 5



Message elements common to both languages
Many messages include an element that is common to both official languages, e.g. a geographical name or street name that may not be translated, a street number, an expression of time, a distance, or a directional arrow.

Depending on its context within the total sign message, a common element may be presented in several ways:

- Where a common element forms the main message (or an important part of the total message), it should be emphasized in relation to the remaining text. In such cases, a repeat of the common element in the right-hand column may be redundant. The examples show the effect of different character sizes and how a common element should be emphasized **(Fig. 6)**.
- Where an element is common to both official languages but does not require emphasis in the context of the message, the common element should appear in **each** language column of the sign.

Use of proper names requiring a qualifying term
Where a message includes a proper name or other noun requiring a qualifying term, both the noun and its qualifier must appear in each language column. Proper names should be presented as in **Jackson Building / Immeuble Jackson**, and not run together as in **Immeuble Jackson Building**. (See also "Names of buildings, structures and sites".)

Similarly, where a proper name is normally accompanied by a qualifying term, it should not be "bilingualized" by omitting the qualifying term. For instance, a word indicating the type of thoroughfare (Street, Avenue, Boulevard) may not be deleted from an address.

Présentation d'éléments communs aux deux langues De nombreux messages comportent un élément commun aux deux langues officielles, par exemple un nom géographique ou le nom d'une voie publique qui ne doit pas être traduit, un numéro de rue, une indication d'heures, une distance, ou une flèche d'orientation.

Selon le contexte, on présentera comme suit l'élément susmentionné:

- Lorsque cet élément constitue le message principal ou en représente une importante partie, il devrait être accentué par rapport au reste du texte. Dans un tel cas, il peut être superflu de répéter l'élément commun dans la colonne de droite du texte. Les exemples **(Fig. 6)** illustrent l'effet produit par l'utilisation de caractères de grosseurs différentes.
- Lorsqu'il n'y a pas lieu de faire ressortir du message un élément commun aux deux langues officielles, cet élément doit paraître dans **chaque** colonne.

Emploi de noms propres qui nécessitent un dénominatif
Lorsqu'un message comprend un nom accompagné d'un terme dénominatif, les deux mots doivent figurer dans les versions anglaise et française du message. Il faut donc écrire: **Jackson Building / Immeuble Jackson** ou **Federal Administration / Administration fédérale** et non la version raccourcie **Immeuble Jackson Building**. (Voir aussi « Noms des immeubles, des ouvrages et des sites ».)

De même, quand un nom propre est normalement accompagné d'un dénominatif, il ne faut pas omettre ce dénominatif aux fins d'une expression bilingue. Ainsi, le mot désignant un type de voie publique (rue, avenue, boulevard) doit paraître dans l'adresse.

Fig. 6
Presentation of an element common to both official languages. (The character x-height is shown for reference purposes.)

Présentation d'un élément commun aux deux langues officielles. (La hauteur « x » est indiquée à titre de référence.)

Addresses: functional and concise

Addresses appear on letterheads, envelopes, calling cards, forms, advertisements and signs. The address may be required for mailing purposes, to allow contact in person, or both. The following guidelines are intended to promote the use of functional identification and, wherever possible, to limit the amount of text that an address contains. In the case of mailing addresses, the requirements of the *Canada Postal Standards* must be met and are reflected here.

General considerations Careful consideration should be given to the use or purpose of an address: Is all the text essential? Is some information non-essential but useful? Are certain details redundant? A concise address is easier to transcribe and more efficient for mail processing. Generally, an address consists of:

- functional identification (service title, title of an individual, applied title); and
- geographic identification (room or floor numbers, building name, street address, place name, province or territory, and postal code).

An address may be shortened by determining whether it includes:

- **Non-essential** information, such as a building name where the street address provides adequate information, or a room or floor number where the signage system serves to indicate specific locations;
- **Redundant** information, such as the name of an organizational unit that expresses the hierarchy but serves no purpose in identifying the location.

Commonly used terms
To assist users of this manual in developing an English and French version of an address, the terms most commonly used have been included in Appendix A of this section.

Adresses: aspect fonctionnel et concision

Les adresses figurent sur les en-têtes, les enveloppes, les cartes de visite, les formules, les annonces et les panneaux. L'adresse peut être nécessaire pour acheminer la correspondance, pour prendre des contacts personnels, ou les deux. Les lignes directrices suivantes visent à encourager l'utilisation de l'identification fonctionnelle et, dans la mesure du possible, à réduire les adresses à leur plus simple expression. Dans le cas des adresses postales, il faut respecter les *Normes de Postes Canada*.

Généralités Il faut accorder une attention particulière à l'utilisation d'une adresse: Tous les renseignements sont-ils essentiels? Certains, sans être essentiels, sont-ils utiles? Certains détails sont-ils superflus? Si l'adresse est concise, il est plus facile de la transcrire et de traiter le courrier. En général, l'adresse comprend les éléments suivants:

- identification fonctionnelle (titre du service, titre du destinataire, titre d'usage);
- identification géographique (numéro de l'étage ou de la porte, nom de l'immeuble, nom et numéro de la rue, nom de la localité, la province ou le territoire, et le code postal).

L'adresse peut être raccourcie en supprimant par exemple:

- **les renseignements secondaires** comme le nom de l'immeuble, si l'adresse donne suffisamment de renseignements utiles, ou le numéro de la porte ou de l'étage, si le système de signalisation est très précis;
- **les renseignements superflus** comme le nom d'une unité qui reflète l'organisation hiérarchique mais n'indique nullement l'emplacement des locaux.

Expressions fréquemment employées
Pour aider les utilisateurs de ce manuel à établir les versions française et anglaise d'une adresse, l'annexe A de cette section présente les expressions les plus fréquemment employées.

Mailing addresses The following pertains to printed return addresses for items such as envelopes, letterheads, forms and calling cards. For locations **outside** the National Capital Region an address generally consists of the applied title which appears in the signature, plus:

- service title, *if required*;
- area identification (e.g. floor, building name), *if required*;
- street address, P.O. box number and station, *if required*;
- place name, province or territory (or country); and
- postal code.

Examples of typical addresses are shown below (**Fig. 7**).

Adresses postales Elles concernent les adresses de retour imprimées sur les enveloppes, les en-têtes, les formules et les cartes de visite, par exemple. Pour les localités situées à **l'extérieur** de la région de la Capitale nationale, l'adresse comprend en général le titre d'usage qui figure dans la signature, ainsi que:

- le titre du service, *s'il y a lieu*;
- la désignation du secteur (par exemple l'étage, le nom de l'immeuble) *s'il y a lieu*;
- le nom et le numéro de la rue, le numéro de la boîte postale et la succursale, *s'il y a lieu*;
- le nom de la localité, la province ou le territoire (ou le pays); et
- le code postal.

On trouvera ci-dessous des exemples d'adresses typiques (**Fig. 7**).

Fig. 7
Typical addresses. Adresses typiques.

91, rue Saint-Joseph Sud Lorrainville (Québec) J02 2R0	91 Saint-Joseph St., South Lorrainville, Quebec J02 2R0
21 Arnold Crescent Richmond Hill, Ont. L4C 3R0	21, Arnold Crescent Richmond Hill (Ont.) L4C 3R0
115 Yale Avenue P.O. Box 367 Chilliwack, B.C. V2P 2P4	115, Yale Avenue B.P. 367 Chilliwack (C.-B.) V2P 2P4
Bureau 2102 1080, côte Beaver Hall Montréal (Québec) H2Z 1S8	Room 2102 1080 Beaver Hall Hill Montréal, Quebec H2Z 1S8

Addresses for the National Capital Region (NCR)
Centralized mail processing for NCR locations identified by a "K1A" postal code makes the use of a street address, building name or area identification redundant. A return address generally consists of the applied title which appears in the signature, plus:

- service title, *If required*;
- place name, province (or country); and
- postal code.

Note: Printed return addresses for offices located in Quebec using a "K1A" postal code should show the actual place name, not "Ottawa".

The following examples show the presentation of addresses in both official languages, optional use of a bilingual address and layout options (Fig. 8).

Adresses pour la région de la Capitale nationale (RCN)
Le traitement centralisé du courrier de la région de la Capitale nationale, identifiée par le code « K1A », rend superflue l'utilisation du nom et du numéro de la rue, du nom de l'immeuble et de la désignation du secteur. L'adresse de retour comprend généralement le titre d'usage qui figure dans la signature, ainsi que:

- le titre du service, *s'il y a lieu*;
- le nom de la localité, la province (ou le pays); et
- le code postal.

Note: Si les bureaux situés au Québec qui ont le code postal « K1A » utilisent des adresses de retour imprimées, celles-ci devraient comporter le nom de la localité, et non le mot « Ottawa ».

Les exemples suivants montrent des adresses rédigées dans les deux langues officielles, l'utilisation facultative d'adresses bilingues et divers modèles de disposition (Fig. 8).

Fig. 8a
Addresses in both official languages.

Adresses rédigées dans les deux langues officielles.

Ottawa, Ontario
K1A 0R5

Ottawa (Ontario)
K1A 0R5

Hull (Québec)
K1A 0S5

Hull, Quebec
K1A 0S5

Fig. 8b
Use of the word "Canada" instead of the name of the province or territory results in a bilingual address, the briefest form.

En utilisant le mot « Canada » au lieu du nom de la province ou du territoire, on obtient une adresse bilingue réduite à sa plus simple expression.

Ottawa, Canada
K1A 0A1

Vancouver, Canada
V6E 2P8

Fig. 8c
Where space is limited, the postal code may appear on the same line as the place name, but should be separated by two word spaces.

Lorsque l'espace est limité, on peut inscrire le code postal sur la même ligne que le nom de la localité, en veillant toutefois à laisser deux espaces entre eux.

Ottawa, Ont. K1A 0S2

Ottawa (Ont.) K1A 0S2

Ottawa, Canada K1A 0S2

Return envelopes, Business Reply Mail

When both official languages are used for such items, the preprinted mailing address should be presented as illustrated **(Fig. 9)**. The service title (if required) and the applied title shall appear in both official languages. The remainder of the address should appear in the official language of the majority of the population in that province or territory. Generally, the upper left corner on the face of the mail piece is reserved for the return address of the sender.

Enveloppes de retour, courrier-réponse d'affaires

Lorsque les deux langues officielles sont utilisées, l'adresse postale pré-imprimée devrait être présentée de la façon indiquée **(Fig. 9)**. Le titre du service (s'il y a lieu) et le titre d'usage doivent figurer dans les deux langues officielles; le reste de l'adresse devrait figurer dans la langue officielle de la majorité de la population de la province ou du territoire de destination. En général, le coin supérieur gauche est réservé à l'adresse de retour de l'expéditeur.

Fig. 9a
Return envelope Enveloppe de retour

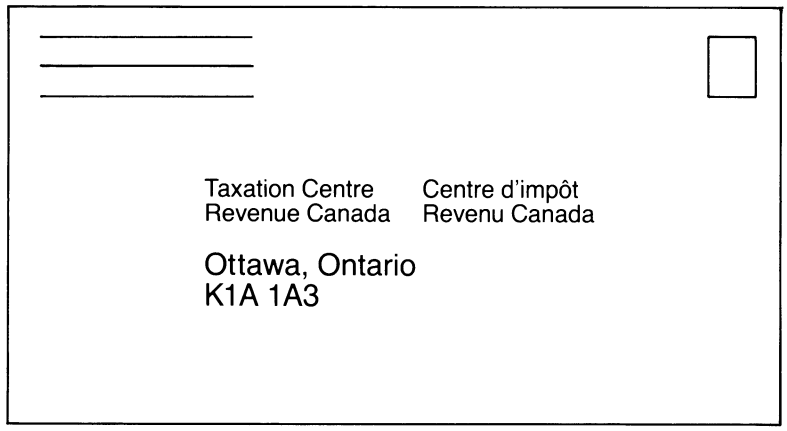
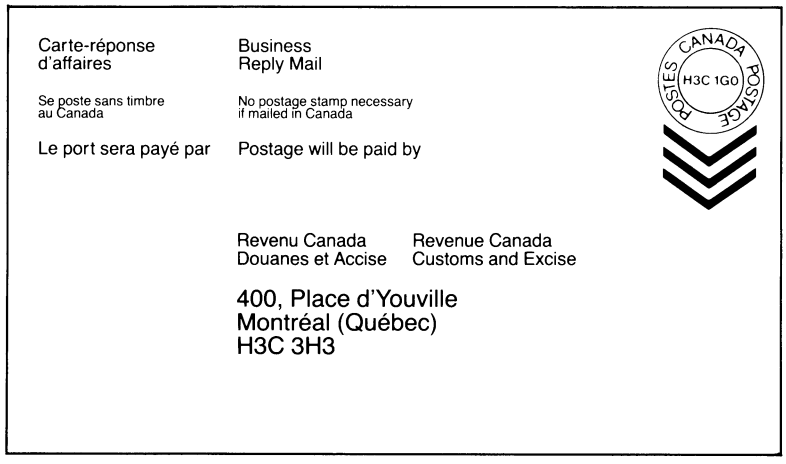


Fig. 9b
Business Reply Mail Carte-réponse d'affaires



Sign communications

Visibility, legibility, readability and comprehension have an effect on the communications value of a sign. Described here are aspects of message content, readability and comprehension.

Principles Several factors make sign communications distinct from most other media. The following principles apply when determining a message:

- Brevity: maximum of five units of information per language;
- Clarity despite brevity;
- Familiarity of words (short, familiar words help comprehension);
- Equivalence in meaning of texts in each of the official languages;
- Context: much of the meaning of a sign is derived from the environment, and therefore self-explanatory;
- Logic in the sequence of the message elements;
- Distinction between main and secondary message;
- Consistency within a signage system;
- Impact of a sign on its environment.

The following guidelines and examples show how these principles should be applied.

Primary identification signs In general, primary signs that identify services provided directly to the public should contain functional information about the location, the service offered, or both. A message may vary depending on the type of facility or site, its location, the services provided, and the type of occupancy, single or shared.

Determining the message
When determining a message, the following questions should be asked:

- What is the most effective method of helping the public to locate the facility and gain access to the services offered?
- What information is available to the public about the address of the location or services provided (e.g. listings in telephone directory "blue pages" or an index to federal programs and services)?
- What information is implied in the context of the environment and would appear redundant as part of the message (e.g. a place name)?
- Should a service title, an address, a building or place name, or a combination of these be used?
- What limitations are imposed by sign dimensions, placement, and therefore message length?
- Is an advance sign required and should the message be segmented to appear on separate, successive signs?
- Should part of the text be emphasized to distinguish the main message and what is the effect on reading distances?

Panneaux de signalisation

Sur le plan de la communication, la valeur d'un panneau repose sur sa visibilité, sa lisibilité, sa clarté et sa compréhension. La présente section traite du contenu, de la lisibilité et de la compréhension des messages.

Principes Plusieurs facteurs distinguent les panneaux des autres médias. Les principes suivants régissent la composition d'un message:

- Concision: maximum de cinq éléments d'information dans chacune des deux langues;
- Clarté dans la concision;
- Utilisation de mots courts et familiers (qui facilitent la compréhension);
- Équivalence de sens dans les deux langues officielles;
- Contexte: le sens du message dépend en bonne partie de l'environnement, et se passe par conséquent d'explications;
- Enchaînement logique des éléments du message;
- Distinction entre message principal et message secondaire;
- Uniformité du message à l'intérieur d'un système de signalisation;
- Impact d'un panneau sur son milieu.

Les lignes directrices et les exemples suivants décrivent l'application de ces principes.

Panneaux d'identification principaux En général, les panneaux principaux qui identifient des services offerts directement au public devraient fournir des renseignements fonctionnels sur le lieu, le service offert, ou les deux à la fois. Un tel message peut varier selon le type d'installation, son emplacement, les services fournis et le type d'occupation, unique ou mixte.

Le contenu du message
Lors de la conception d'un message, il importe de se poser les questions suivantes:

- Quelle est la façon la plus efficace d'aider le public à situer l'emplacement et à avoir accès aux services offerts?
- Quels renseignements le public peut-il se procurer sur l'emplacement ou les services offerts (par exemple, les listes figurant dans les « pages bleues » de l'annuaire téléphonique, ou un répertoire des programmes et services gouvernementaux?
- Quels sont les renseignements que fournit l'environnement et qu'il serait donc inutile d'inclure dans le message (par exemple le nom d'un endroit)?
- Devrait-on utiliser le titre du service, l'adresse, le nom de l'immeuble ou de l'endroit, ou une combinaison de ces éléments?
- Quelles sont les restrictions quant aux dimensions et à l'emplacement du panneau, et par conséquent quant à la longueur du message?
- Est-il nécessaire d'avoir recours à un panneau de signalisation avancée? Le message devrait-il être segmenté de façon à apparaître sur des panneaux distincts se succédant?
- Devrait-on accentuer la partie essentielle du message et quels en seraient les effets sur la distance de lecture?

Generally, there are a number of options when determining the message content. The process from initial draft (Fig. 10) to a number of layout options is described below (Fig. 11).

Il existe généralement diverses possibilités quant au contenu d'un message. La marche à suivre à partir de l'ébauche initiale (Fig. 10) jusqu'aux diverses possibilités de présentation (Fig. 11) est décrite ci-dessous.

Determining message content **Le contenu du message**

Fig. 10
Draft Ébauche

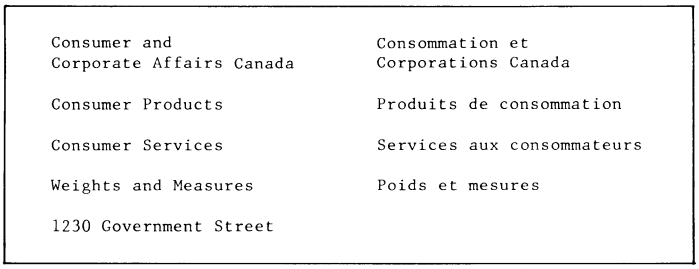
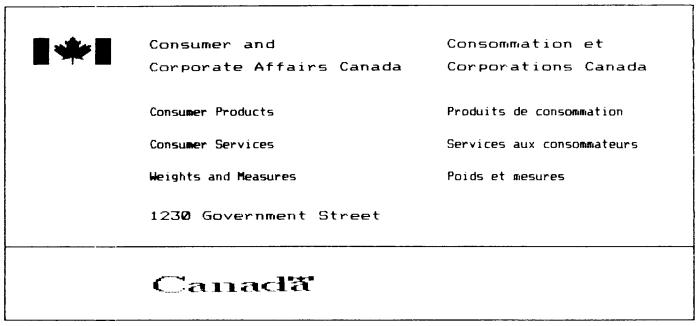
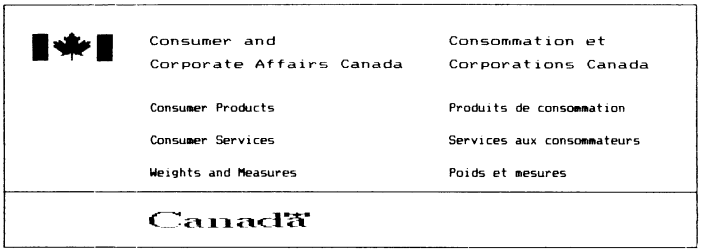


Fig. 11
Layout options Choix d'agencement

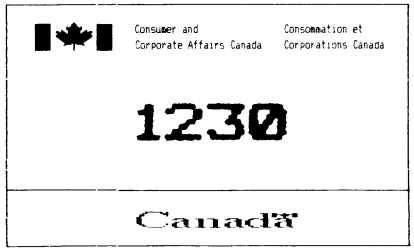
a
Layout based on the draft. Agencement d'après l'ébauche du message.



b
Shortened version identifying the services (suitable where the street address appears prominently elsewhere). Version abrégée identifiant les services (convient lorsque l'adresse figure bien en vue ailleurs).



c
Shortened version emphasizing the street address (the services would be identified on an interior sign or directory board). Version abrégée signalant l'adresse (les services seraient identifiés sur un panneau intérieur ou un tableau répertoire).



Identifying the service

Service titles should be used where a description of the services offered or the functions performed appears to be more effective than a message pertaining to the location. Service titles are often used to identify single-occupancy facilities or sites (**Fig. 12**).

Identification du service

On devrait avoir recours aux titres des services lorsqu'il semble plus approprié de décrire ces derniers ou leurs fonctions que d'indiquer le lieu. On a souvent recours aux titres des services pour identifier des installations ou emplacements à occupation unique (**Fig. 12**).

Fig. 12
Texts for primary signs that identify a service.

Textes de panneaux principaux signalant un service.

Identifying the location

In many instances, a message pertaining to the location of a facility is recommended, and this applies in particular to multi-occupancy buildings. A visitor looking for a particular location normally searches for an address, a building or place name and seeks confirmation on a sign identifying the destination. A decision on whether to include the street address or the building name should be based on what information is provided through existing signs other than FIP signage (a street number, a building name) and how visible these other signs are in relation to the location of the primary identification sign. Normally, the message should complement rather than repeat information that appears elsewhere.

It may be helpful to include the **street address** on the primary sign, if the location is generally known by the address, i.e. the number (**Fig. 13**). However, in cases where the street number appears prominently near the entrance, a repeat on the primary sign may be redundant.

Identification de l'emplacement

Dans plusieurs cas, il est recommandé d'indiquer l'emplacement d'une installation, en particulier en ce qui concerne les immeubles à usage mixte. Un visiteur qui essaie de trouver un endroit particulier cherche habituellement un panneau qui lui indique une adresse, le nom d'un immeuble ou d'une localité. La décision d'inscrire l'adresse ou le nom de l'immeuble dépend des renseignements fournis par les indications autre que celles du système de signalisation du PCIM (par exemple, le numéro de la rue, le nom de l'immeuble) et de leur visibilité par rapport à l'emplacement du panneau d'identification principal. Normalement, le message devrait compléter plutôt que répéter les renseignements fournis ailleurs.

Il peut être utile d'indiquer **l'adresse** sur le panneau principal, si le lieu est généralement connu par son adresse, soit par exemple le numéro civique (**Fig. 13**). Par contre, si le numéro de la rue figure bien en vue près de l'entrée, il est superflu de le répéter sur le panneau principal.

Fig. 13
Texts for primary signs that emphasize an address.

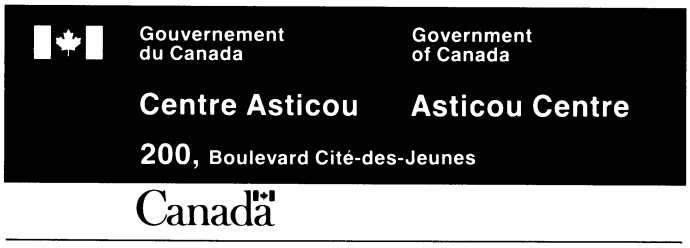
Textes de panneaux principaux signalant une adresse.

Use of a **place name** may be essential to identify sites such as airports or parks. Conversely, it may be redundant to include a place name with a function or a service title. Examples are messages such as "Peterborough Public Wharf" or "Winnipeg Regional Office"; in the context of a sign, a distinction between other wharves or other regional offices is normally not required (Fig. 14).

Le **nom de la localité** peut être essentiel pour identifier des emplacements comme les aéroports ou les parcs. Par contre, il peut être superflu d'indiquer le nom de la localité à côté du titre du service ou de la fonction. Prenons par exemple des messages comme « Quai public de Peterborough » ou « Bureau régional de Winnipeg »; sur un panneau, il n'est généralement pas nécessaire de différencier ces quais ou ces bureaux régionaux des autres (Fig. 14).

Fig. 14
Texts for primary signs that emphasize a place name.

Textes de panneaux principaux signalant une localité.



The use of **building names** on primary signs is subject to the following considerations:

a Any Crown-owned building or other structure that has been named after a person shall be identified by that name on the primary sign.

b Any names (other than those described under **a** above) that appear in the form of architectural lettering or on commemorative plaques can be considered as distinct from the functional and corporate identification provided by signs. Repeating such a name on the sign may not be required.

c General terms such as "Federal Building" or "Government of Canada Building" are not recommended for primary signs. These terms may be redundant in the context of the federal signature and wordmark.

d Special considerations apply to the use of names of **leased** buildings. Apart from any other requirements governing the use of names, it should first be determined whether the name of the building should be used at all.

To identify the location, the street address rather than the building name is recommended. In fact, in many instances, the name appears already on the face of the building, and therefore should not be included on the primary sign. An exception to this rule would be a case where the name is essential to identify a location clearly, such as a number of separate units or entrances of a building complex (e.g. as in the case of "Place de Ville, Tower A" in the National Capital Region).

Directory boards Messages on a directory board complement the primary sign by listing the organizations, programs or services and their location within a facility **(Fig. 15)**.

Analyzing the needs

A multi-storey building may require a main directory board at the entrance with secondary boards at internal traffic junctions such as elevator lobbies. The main board provides general information on the occupants, and details are listed on the secondary board. An analysis is required to determine:

- What information is required most frequently by visitors?
- What information must appear on the main board and what information should be provided at internal traffic junctions?
- What is the most suitable sequence for the listing?

Message content

The text for a directory board should be concise and descriptive. Listings should begin with a key word to facilitate access. A directory board is **not** an organization chart and terms describing the hierarchy may often be avoided without loss of clarity. For example, listings such as "Health and Safety" or "Education, Training and Development" may not need to be qualified by a word such as Branch, Division or Section.

Il convient de considérer d'autres points en ce qui concerne l'utilisation du **nom d'un immeuble** sur les panneaux principaux:

a Tout immeuble ou autre ouvrage de l'État qui a été nommé en l'honneur d'une personne doit être identifié par ce nom sur le panneau principal.

b Tous les noms (autres que ceux indiqués en **a** ci-dessus) qui figurent sous forme de lettrage en relief ou sur des plaques commémoratives se distinguent de l'identification fonctionnelle de l'organisme fournie par les panneaux; il n'est donc pas toujours nécessaire de les répéter sur les panneaux.

c Il n'est pas recommandé d'utiliser des termes généraux comme « Immeuble fédéral » ou « Immeuble du gouvernement du Canada » sur des panneaux principaux; cela serait en effet superflu puisque la signature fédérale et le mot-symbole y figurent déjà.

d L'emploi du nom d'un immeuble **loué** suit des règles spéciales. Avant tout, il faut se demander s'il y a lieu d'employer le nom de l'immeuble.

Pour identifier l'emplacement, il est généralement recommandé d'employer l'adresse plutôt que le nom de l'immeuble. En effet, dans de nombreux cas, le nom figure déjà sur la façade de l'immeuble et ne devrait donc pas être incorporé sur le panneau principal. Toutefois, cette règle ne vaut pas lorsque le nom est indispensable pour identifier clairement l'emplacement (par exemple, lorsqu'un immeuble comprend des sections ou des entrées distinctes comme c'est le cas de l'immeuble « Place de Ville, tour A » de la région de la Capitale nationale).

Tableaux répertoires Le tableau répertoire complète le panneau principal puisqu'il dresse la liste des organismes, des programmes ou des services et indique leur emplacement à l'intérieur d'un immeuble **(Fig. 15)**.

Analyse des besoins

Dans un immeuble à plusieurs étages, il peut eêtre nécessaire de placer un tableau répertoire principal à l'entrée et des tableaux secondaires aux intersections intérieures (par exemple, près des ascenseurs). Le tableau principal fournit des renseignements généraux sur les occupants et les détails figurent sur les tableaux secondaires. Il faut analyser les besoins des visiteurs pour déterminer:

- les renseignements dont ils ont le plus souvent besoin;
- les renseignements à fournir sur le tableau principal et aux intersections internes;
- l'ordre d'énumération de ces renseignements.

Contenu du message

Le message figurant sur un tableau répertoire devrait être concis et descriptif. Les éléments de la liste devraient commencer par un mot-clé facilitant la consultation. Un tableau répertoire **n'est pas** un organigramme; il est généralement possible d'omettre les termes liés à la hiérarchie sans pour autant nuire à la clarté du message. Ainsi, des expressions comme « Santé et sécurité » ou « Instruction, formation et perfectionnement » n'ont pas besoin d'être précédées de termes comme direction, division ou groupe.

Titles of officials may appear on a directory board if it is an operational requirement. For example, the main directory board may identify the office of a deputy minister or other senior official and list the names of programs and services; the titles of other officials would appear on the secondary board, as required.

Message organization and sequence

The length or complexity of the text and the operational requirements should be considered when determining the most effective order of the listing. The sequence may be arranged by:

- frequency of use by the public;
- area (e.g. beginning with the ground floor or the top floor);
- an organization's hierarchy (e.g. beginning with the title of a senior official or the main organizational unit); or
- alphabetical order (for each official language).

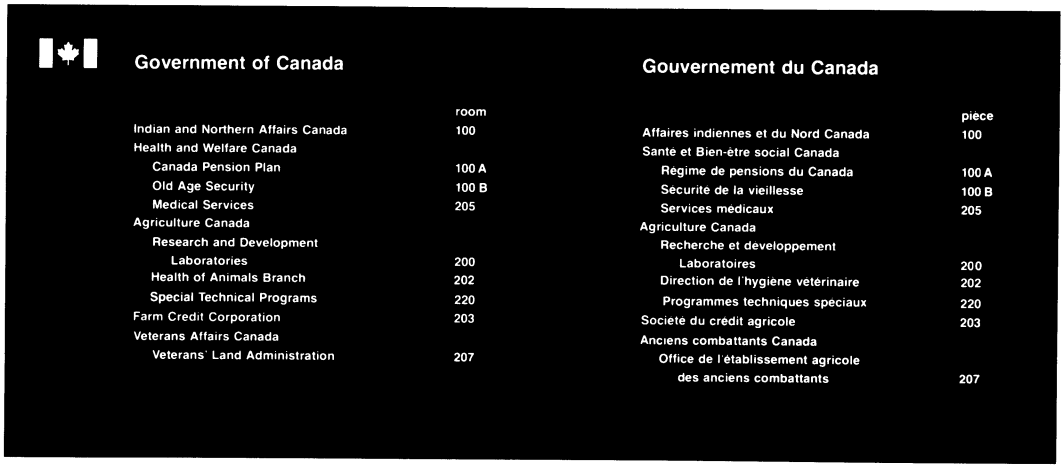
Les titres des fonctionnaires peuvent figurer sur le tableau répertoire si les nécessités du service l'exigent. Ainsi, le tableau principal peut mentionner le cabinet d'un sous-ministre ou d'un haut fonctionnaire et énumérer les programmes et les services offerts; les titres des autres fonctionnaires figureront sur le tableau secondaire, s'il y a lieu.

Organisation et ordre d'énumération du message

Il faut tenir compte de la longueur ou de la complexité du texte et des nécessités du service pour déterminer l'ordre d'énumération le plus approprié. Celui-ci peut dépendre:

- de la fréquence d'utilisation par le public;
- de l'endroit occupé (en commençant par l'étage inférieur ou l'étage supérieur);
- de la hiérarchie au sein de l'organisme (par exemple, en commençant par le titre d'un haut fonctionnaire ou de la principale unité organisationnelle);
- de l'ordre alphabétique (dans chaque langue officielle).

Fig. 15
Directory board Tableau répertoire


Government of Canada
room
Indian and Northern Affairs Canada 100
Health and Welfare Canada
Canada Pension Plan 100 A
Old Age Security 100 B
Medical Services 205
Agriculture Canada
Research and Development Laboratories 200
Health of Animals Branch 202
Special Technical Programs 220
Farm Credit Corporation 203
Veterans Affairs Canada
Veterans' Land Administration 207
Gouvernement du Canada
pièce
Affaires indiennes et du Nord Canada 100
Sante et Bien-être social Canada
Regime de pensions du Canada 100 A
Sécurité de la vieillesse 100 B
Services médicaux 205
Agriculture Canada
Recherche et developpement Laboratoires 200
Direction de l'hygiène vétérinaire 202
Programmes techniques spéciaux 220
Société du crédit agricole 203
Anciens combattants Canada
Office de l'établissement agricole des anciens combattants 207

Operational signs These signs supplement the information provided by the primary identification sign or directory board and form part of the signage system (**Fig. 16**).

Operational signs indicate the location of a program or service, identify an area, provide information or direction, or identify the occupant of a room or work station (name-plate). See section 4.3 for additional examples of these signs.

Project signs These signs provide on-site information about government programs or projects (**Fig. 17**). The message on such a sign should be a clear and concise statement that tells the public about the nature of the program or project and, where applicable, the level of the government's contribution.

The message, and the terminology used, should be meaningful to the local population. The text should not refer to government instruments, agreements or organizational units, unless they have special meaning for the public.

Panneaux fonctionnels Ces panneaux complètent les renseignements du panneau principal ou du tableau répertoire et font partie du système de signalisation (**Fig. 16**).

Les panneaux fonctionnels précisant le lieu de prestation d'un programme ou d'un service, identifient un emplacement, donnent des renseignements ou une direction ou identifient l'occupant d'un bureau ou d'un poste de travail (plaque nominative). On trouve d'autres exemples de ces panneaux dans la section 4.3.

Panneaux de projet Ces panneaux fournissent des renseignements au sujet des programmes ou des projets du gouvernement du Canada (**Fig. 17**). Leur message, qui doit être rédigé de manière claire et concise, informe le public de la nature d'un programme ou d'un projet et, s'il y a lieu, du niveau de la contribution du gouvernement.

Le message et la terminologie employée devraient être compris par la population locale. Il ne devrait pas mentionner d'ententes, d'unités organisationnelles ou d'instruments gouvernementaux, à moins qu'ils aient une importance particulière pour le public.

Fig. 16
Operational signs Panneaux fonctionnels

Fig. 17
Project sign Panneau de projet

Government of Canada
Gouvernement du Canada
New Arctic Vessel and Marine Research Institute
Nouvel institut de recherche maritime et sur les navires arctiques
Phase 1, Research Offices
Phase 1, bureaux des recherches
Project managed by Public Works for National Research Council
Un projet de Travaux publics pour le Conseil national de recherches
Canada

Official languages: style

Certain rules of style pertain to applications of the FIP in general and are brought together here to assist in the preparation of messages. It is beyond the scope of this section to treat the subject in depth, and readers should consult standard reference books for comprehensive information. A list of suggested titles is shown in the "Bibliography".

Titles The applied titles of federal organizations and the official titles of ministers are listed in Appendix A, "Titles of organizations" of Chapter 470.

Abbreviations In general, abbreviations should not be used in applications of the FIP except where space is limited, such as on calling cards. Consult Appendix A of this section for the abbreviated form of terms commonly used in addresses.

For the official initialisms and acronyms of federal organizations, consult Appendix A of Chapter 470.

Accents French texts shall include all orthographical signs required by words (i.e. accents on both upper and lower case characters, cedilla, diaeresis). As a temporary measure, this rule does not apply to certain computer-generated texts where it is not yet technically feasible.

Capitalization Questions on the use of capitals often arise from certain distinctions between English and French usage. In French usage, the same rules apply whether the words in question occur in a prose text or in a title or heading. In English usage, the rules for capitalization within prose passages differ from those for titles, headings or inscriptions. In the latter case initial capitals are used not only for the first word but also for all other words except articles (a, an, the), prepositions, and conjunctions.

In the English part of FIP applications, the capitalization rule for headings or for prose texts may be used. However, once a method has been chosen, it should be applied consistently throughout (e.g. within the same system of signs). The examples show the effect when applying either of the two methods (Fig. 18).

Punctuation The rules of punctuation differ in English and French in certain respects. The typical differences relevant to FIP applications are described briefly below. A more comprehensive treatment of these and other rules of punctuation may be found in the style guides listed in the "Bibliography".

Quotation marks
To indicate a quotation, English uses these symbols " ", whereas French usage requires these « » (Fig. 19).

Langues officielles: règles et usages

Un certain nombre de règles de style qui régissent les applications du PCIM en général ont été regroupées ici pour faciliter la préparation des messages. Comme la présente section ne traite pas du sujet en profondeur, le lecteur devrait consulter les livres de référence habituels pour une information détaillée. La liste des titres proposés paraît à la section intitulée « Bibliographie ».

Titres Les titres d'usage des organismes fédéraux et les titres officiels des ministres figurent à l'appendice A, « Titres des organismes » du chapitre 470.

Abréviations En général, les abréviations ne devraient pas figurer dans les applications du PCIM, sauf dans les cas où l'espace est limité, par ex. les cartes de visite. L'appendice A de cette section présente la forme abrégée des termes couramment employés dans les adresses.

Les sigles et acronymes officiels des organismes fédéraux figurent à l'appendice A du chapitre 470.

Accents Les textes français doivent comprendre tous les signes orthographiques des mots (accents sur les majuscules et minuscules, cédilles, trémas). Provisoirement, cette règle ne s'applique pas aux textes créés par ordinateur lorsqu'il n'est pas encore techniquement possible de produire ces signes.

Majuscules L'emploi des majuscules suscite de nombreuses questions en raison des usages différents du français et de l'anglais. En français, les mêmes règles s'appliquent au mot employé dans le corps d'un texte, dans un titre ou dans l'en-tête d'une rubrique. En anglais, les règles régissant l'emploi des majuscules dans le corps du texte diffèrent de celles relatives aux titres, aux rubriques et aux inscriptions. Dans ce dernier cas, on utilise la majuscule initiale pour le premier mot et les mots suivants, sauf s'il s'agit d'articles (a, an, the), de prépositions ou de conjonctions.

Dans la version anglaise des applications du PCIM, on peut employer soit les règles régissant les titres, soit celles régissant le corps du texte. Toutefois, lorsqu'une méthode a été choisie, il faut l'appliquer systématiquement, par exemple dans un système de signalisation. Les exemples illustrent l'application de ces deux méthodes (Fig. 18).

Ponctuation Les règles de ponctuation du français et de l'anglais diffèrent à certains égards. Les différences principales en ce qui concerne les applications du PCIM sont résumées ci-dessous. On peut trouver un exposé plus détaillé des règles de ponctuation en général dans les guides énumérés sous la rubrique « Bibliographie ».

Guillemets
Pour indiquer une citation, le français utilise les signes typographiques « », tandis que l'anglais utilise les signes " " (Fig. 19).

Writing an address

The following rule applies to a place name that is followed by the name of a province or territory. In French, the name of the province or territory is enclosed in parentheses, while a comma is used in English to set off the name (**Fig. 20**).

Writing of compound proper names

In English, a space is normally used between compound proper names, whereas French usage generally calls for a hyphen. The appropriate convention should be followed when writing the names of provinces, cities, streets and buildings in FIP applications.

Points of the compass The following rule applies to addresses in FIP applications. When the terms **east, west, north, south** are used with a street address, they should appear with initial capitals. In both English and French addresses the cardinal point appears after the name of the street (**Fig. 21**).

Adresse

La règle suivante s'applique au nom de lieu qui est suivi du nom de la province ou du territoire. En français, le nom de la province ou du territoire se met entre parenthèses tandis que l'anglais utilise la virgule pour séparer les noms (**Fig. 20**).

Noms propres composés

Alors que l'anglais sépare les noms propres composés par un espace, le français les unit habituellement par un trait d'union. Cet usage doit être appliqué aux noms de provinces, de villes, de rues et d'immeubles.

Points cardinaux La règle suivante s'applique aux adresses dans les applications du PCIM. Les mots **est, ouest, nord, sud** figurant dans une adresse devraient commencer par une majuscule. Dans les adresses rédigées en anglais et en français, les points cardinaux suivent le nom de la rue (**Fig. 21**).

Fig. 18

There are two conventions regarding the use of capitals.	There Are Two Conventions Regarding the Use of Capitals.

Fig. 19

English usage Usage anglais	French usage Usage français
"quotation"	«citation»

Fig. 20

English usage Usage anglais	French usage Usage français
Ottawa, Ontario	Ottawa (Ontario)

Fig. 21

English usage Usage anglais	French usage Usage français
Laurier Avenue, West	Avenue Laurier Ouest

Dates The all-numeric form of dating is concise and may be particularly appropriate on documents that are presented in both official languages.

The format recommended is in accordance with CAN/CSA-Z234.4-76 (Canadian Standards Association) and ISO 2014 (International Organization for Standardization). The standards prescribe the all-numeric writing of dates in descending order: year, month, day.

The year, month and day are separated by either a space or a short dash as illustrated **(Fig. 22)**.

Time of day On documents, notices and signs presented in both official languages, it may be desirable to use the 24-hour system for representing time of day.

The recommended method is in accordance with CAN/CSA-Z234.4-76 (Canadian Standards Association) and ISO 3307 (International Organization for Standardization).

The hour is represented by a two-digit number ranging from 00 up to 23 (or 24), and the minute and second are represented by a two-digit number ranging from 00 up to 59. The colon is used as separator between hour and minute and between minute and second, as illustrated **(Fig. 23)**. As required, time of day may be expressed in hours and minutes only.

Note: The instant of midnight should be represented (when seconds are included) as either 24:00:00, the end of one day, or 00:00:00, the beginning of the next day, according to circumstances.

Time duration The internationally recognized symbols of time, **h** for hour, **min** for minute and **s** for second, should be used when expressing a measured time duration **(Fig. 24)**.

Représentation de la date L'inscription de la date uniquement en chiffres est concise et peut convenir davantage aux documents qui sont présentés dans les deux langues officielles.

Cette représentation est conforme à la norme de l'Association canadienne de normalisation (CAN/CSA-Z234.4-76) et de l'Organisation internationale de normalisation (ISO 2014). Les normes prescrivent que les dates soient exprimées en chiffres suivant un ordre descendant, c'est-à-dire année, mois, jour.

L'année, le mois et le jour sont séparés par un espace ou par un tiret **(Fig. 22)**.

Représentation de l'heure Sur les documents, les avis et les panneaux rédigés dans les deux langues officielles, il peut être souhaitable d'employer le système de 24 heures.

Cette représentation est conforme à la norme de l'Association canadienne de normalisation (CAN/CSA-Z234.4-76) et de l'Organisation internationale de normalisation (ISO 3307).

L'heure est représentée par un nombre de deux chiffres allant de 00 à 23 (ou 24). Les minutes et les secondes sont représentées par un nombre de deux chiffres allant de 00 à 59. Les deux points séparent les heures des minutes et les minutes des secondes, tel qu'illustré **(Fig. 23)**. Au besoin, on peut indiquer l'heure et les minutes seulement.

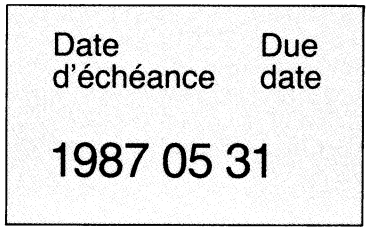
Note: minuit devrait être représenté (lorsqu'on indique les secondes) soit par 24:00:00, pour indiquer la fin de la journée, soit par 00:00:00, pour désigner le début de la journée.

Représentation de la durée Les symboles internationaux de temps, **h** pour heure, **min** pour minute et **s** pour seconde devraient être employés lorsqu'il s'agit d'exprimer la durée **(Fig. 24)**.

Fig. 22
Standard method of presenting dates. Méthode normalisée de représentation de la date.

1986 04 22
1986 11 16
1987 02 06

1986-04-22
1986-11-16
1987-02-06



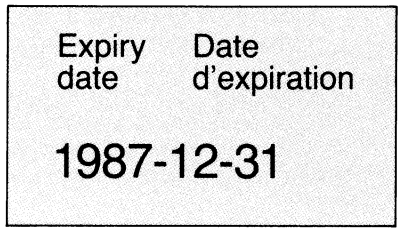


Fig. 23
Standard method of presenting time of day. Méthode normalisée de représentation de l'heure.

without seconds	sans secondes	with seconds	avec secondes
00:15	07:15	00:15:00	07:15:00
20:00	14:12	20:00:00	14:12:16
12:00	19:44	12:00:00	19:44:15

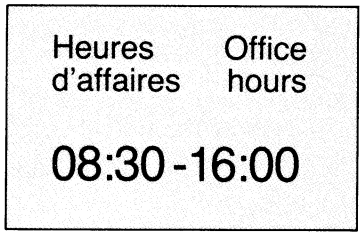
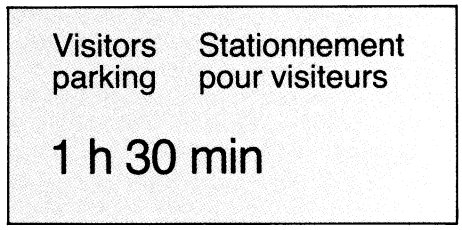


Fig. 24
Standard method of presenting duration of time. Méthode normalisée de représentation de la durée.

2 h
30 min
2 h 30 min
2 h 30 min 09 s



Official languages: use of names

The use of names for buildings, sites and streets as well as geographical names is described below. Certain rules shall be observed when developing an appropriate version in each official language of a message containing such a name.

All inquiries about terminology related to names or their translations should be directed to the Terminology Directorate, Department of the Secretary of State of Canada.

Names of buildings, structures and sites The principles set out below are intended to clarify FIP policy on the use of the official languages in names for Crown-owned buildings, structures or sites. These principles apply to the naming of all Crown-owned real property. Where possible, they should also be observed when selecting a name for a building to be leased by the Crown with an option to purchase.

Use of the official languages when selecting a name The following guidelines apply to all new names for Crown-owned buildings, structures or sites. The selection of a name must take into account that a version in either official language is required. Before adopting a name, careful consideration should be given to its various components, including the way it will reflect the equivalence of the two official languages.

When selecting a name, it is important to be aware of the distinction between its "generic" and "specific" elements. For example, in the name **Jackson Building**, the word **Building** is a "generic" element, whereas **Jackson** represents the "specific" element (the equivalent in French being, in this case, **Immeuble Jackson**). Normally, only "generics" have a version in either official language, since the "specific" component usually consists of a proper noun that cannot or must not be altered. Thus, a reliable way of ensuring that either official language is reflected in at least part of a name, is to include in it a "generic" component that has a counterpart in the other official language.

The following are among the more commonly-used "generics" for buildings and sites: in English, **Building, Tower, Complex, Centre, Place, and Square**; in French, **Immeuble** or **Édifice** (see below), **Tour, Complexe, Centre**, and **Place**.

Theoretically, it is possible to devise names for buildings or sites that are entirely "specific", i.e. they contain no true "generic" or they do not necessarily lend themselves to a straightforward reformulation in the other official language. (**L'Esplanade Laurier** and **Les Terrasses de la Chaudière**, names of buildings found in the National Capital Region, may be viewed as examples.) However, when naming a Crown-owned building or site, there should be compelling reasons for a federal organization to select a name that does not reflect both official languages in some acceptable manner.

Langues officielles: emploi des noms

Les diverses règles concernant les noms d'immeubles, de sites et de rues ainsi que les noms géographiques sont décrites ci-dessous. Ces règles doivent être observées lors de la rédaction d'un message dans l'une ou l'autre des langues officielles.

Toute demande de renseignement terminologique concernant les noms ou leur traduction devrait être adressée à la Direction de la Terminologie, Secrétariat d'État du Canada.

Noms d'immeubles, d'ouvrages et de sites Les principes énoncés ci-dessous précisent la politique du PCIM quant à l'emploi des langues officielles dans les noms d'immeubles, d'ouvrages et de sites de l'État. Ces principes s'appliquent aux biens immobiliers appartenant à l'État et devraient si possible être aussi respectés lorsqu'on choisit un nom pour un immeuble loué par l'État avec option d'achat.

Emploi des langues officielles dans les noms
Les règles suivantes s'appliquent à tous les nouveaux noms choisis pour les immeubles, ouvrages et sites de l'État. Au moment de choisir un nom il faut se rappeler qu'il sera nécessaire d'établir une version dans chacune des langues officielles. Aussi, avant d'accepter un nom, il faudrait en examiner attentivement les divers éléments pour savoir si les versions anglaise et française sont équivalentes.

Au moment de choisir un nom, il importe de faire une distinction entre l'élément générique et l'élément spécifique. Par exemple, dans **Immeuble Jackson**, le mot **immeuble** fait fonction d'élément générique tandis que **Jackson** représente l'élément spécifique (l'équivalent anglais étant, dans ce cas, **Jackson Building**). Habituellement, seul l'élément générique a son équivalent dans l'autre langue officielle étant donné que l'élément spécifique est en général constitué d'un nom propre qui ne peut pas ou qui ne doit pas être modifié. Aussi, pour s'assurer qu'au moins une partie du nom dénote la présence de l'une ou de l'autre langue officielle, il suffit de l'assortir d'un élément générique qui a son équivalent dans l'autre langue officielle.

Les éléments génériques suivants sont les plus fréquemment employés en ce qui concerne les immeubles et les sites: en français, **Immeuble** ou **Édifice** (voir ci-dessous), **Tour, Complexe, Centre** et **Place**; en anglais **Building, Tower, Complex, Centre, Place** et **Square**.

En théorie, il est possible de concevoir des noms d'immeubles ou de sites qui soient entièrement spécifiques, c.-à.-d. qui ne contiennent aucun élément générique réel, ou qu'ils ne se prêtent pas nécessairement à une reformulation pure et simple dans l'autre langue officielle. (**L'Esplanade Laurier** et **Les Terrasses de la Chaudière**, noms d'immeubles qui se trouvent dans la région de la Capitale nationale, en sont des exemples.) Toutefois, l'organisme fédéral qui s'apprête à nommer un immeuble ou un site de l'État doit avoir des raisons de force majeure pour choisir un nom qui ne reflète de manière acceptable les deux langues officielles.

Translation of the word "building"
The character of a particular structure determines whether the term "building" should be rendered in French by the word "immeuble" or by "édifice". Generally, the term "immeuble" is used for all urban, multi-storey buildings used for administrative, commercial or residential purposes. The word "édifice" should be reserved for buildings significant for their architectural style and size, or for buildings that are representative or characteristic of the purpose that they serve, such as the Supreme Court or Parliament Buildings.

Street names Described here are cases where certain terms of an address may or may not be translated, depending on whether the term forms part of the official name or not.

Generally, a term indicating a type of public thoroughfare such as **Street, Avenue, Boulevard**, or **rue, avenue, boulevard**, should be translated into French or into English, as the case may be, except in cases where the term forms part of the official name of the thoroughfare.

When the French terms **Avenue** (1re, 2e, etc.), **Belvédère, Carrefour, Centre, Chaussée, Chemin, Côte, Cour, Cours, Faubourg, Mail, Montée, Principale, Promenade, Quai, Rang** (1er, 2e, etc.), **Rue** (1re, 2e, etc.), **Place** and **Terrasse** are part of the official name of the thoroughfare, they should not be translated.

Similarly, when the English terms **Avenue** (1st, 2nd, etc.), **Centre, Circle, Court, Crescent, Drive, Garden, Main, Parkway, Range, Road, Square, Street** (1st, 2nd, etc.) and **Terrace** are part of the official name of the thoroughfare, they should not be translated.

Inquiries about the **official name** of a public thoroughfare should be directed to the appropriate municipality.

Geographical names The federal government's position with respect to geographical names is that their official form is the one adopted by the provincial, territorial or federal authority in whose jurisdiction the entity lies and endorsed by the Canadian Permanent Committee on Geographical Names.

For the purposes of the federal government, some geographical names have official forms in both English and French, including some geographical entities of Pan-Canadian significance listed in Treasury Board Circular 1983-58.

Inquiries regarding the translation of geographical names should be addressed to the Terminology Directorate, Department of the Secretary of State of Canada.

Names of provinces and territories The official translation of the name of a province or territory shall be used as applicable. (See Appendix A.)

Names of other governments or institutions
Where the name of another government or an institution is to be included in a message presented in a side by side bilingual format, that name may be in French or English, or both, as required by the other government or the institution concerned.

Traduction de « building »
Le caractère d'un bâtiment détermine si le mot « building » doit se traduire par « immeuble » ou par « édifice ». En général, le mot « immeuble » s'applique aux bâtiments administratifs, commerciaux ou résidentiels de plusieurs étages situés en ville et le mot « édifice » est réservé aux ouvrages remarquables par leur architecture et leur taille ou à ceux qui sont caractéristiques de la fonction qu'ils abritent, par exemple la Cour suprême, le Parlement.

Noms de voies publiques Les paragraphes suivants indiquent quand il est possible de traduire les mots d'une adresse, compte tenu de son appellation officielle.

En général, les termes **rue, avenue, boulevard,** ou **Street, Avenue, Boulevard,** désignant un type de voie publique devraient, le cas échéant, se traduire en anglais ou en français, sauf lorsqu'ils font partie du nom officiel de la voie.

Lorsque les termes français **Avenue** (1re, 2e, etc.), **Belvédère, Carrefour, Centre, Chaussée, Chemin, Côte, Cour, Cours, Faubourg, Mail, Montée, Principale, Promenade, Quai, Rang** (1er, 2e, etc.), **Rue** (1re, 2e, etc.), **Place** et **Terrasse** sont un élément du nom officiel de la voie, ils ne se traduisent pas.

De même, lorsque les termes anglais **Avenue** (1st, 2nd, etc.), **Centre, Circle, Court, Crescent, Drive, Garden, Main, Parkway, Range, Road, Square, Street** (1st, 2nd, etc.) et **Terrace** font partie du nom officiel de la voie, ils ne se traduisent pas.

On doit faire parvenir à la municipalité appropriée les demandes de renseignements ayant trait au **nom officiel** d'une voie.

Noms géographiques Le gouvernement fédéral a pour principe de respecter la graphie officielle des noms géographiques adoptée par la juridiction provinciale, territoriale ou fédérale de qui relève l'entité et qui a été entérinée par le Comité permanent canadien des noms géographiques.

En ce qui concerne l'administration fédérale, certains noms géographiques ont des formes officielles en anglais et en français, notamment certaines entités géographiques d'importance pan-canadienne énumérées dans la circulaire du Conseil du Trésor n° 1983-58.

Les demandes de renseignements concernant la traduction d'un nom géographique devraient être adressées à la Direction de la Terminologie, Secrétariat d'État du Canada.

Noms de provinces et de territoires La traduction officielle du nom d'une province ou d'un territoire doit être utilisée, le cas échéant. (Voir l'appendice A.)

Noms d'autres gouvernements ou institutions Lorsque le nom d'un autre palier de gouvernement ou d'une institution doit être inclus dans un message présenté côte à côte, ce nom peut figurer en français ou en anglais, ou dans les deux langues, selon les exigences de ce gouvernement ou de cette institution.

Bibliography

The Canadian Style: a guide to writing and editing. The Department of the Secretary of State of Canada. Toronto: Dundurn Press Ltd, 1985.

The Chicago Manual of Style. 13th ed. rev. and expanded. Chicago: University of Chicago Press, 1982.

White, Jan V. *Editing by design.* New York: R.R. Bowker Co., 1974.

Note: For additional references see the bibliographies of the works cited above.

Bibliographie

Cajolet-Laganière, Hélène. *Le française au bureau.* Québec: Office de la langue française, 1983.

Guide du rédacteur de l'administration fédérale. Bureau des traductions. Ottawa: 1983.

Note: Consulter les bibliographies dans les ouvrages ci-haut mentionnés pour des références supplémentaires.

Commonly used terms

The following list is intended to promote consistent terminology in both official languages.

Entries appearing in the light typeface indicate the abbreviated form or, as the case may be, whether the term should be written in full in all instances. Generally, abbreviations should be used only where space is very limited, such as on a calling card.

English/French

Alberta Alta.	**Alberta** Alb.
Apartment Apt.	**appartement** app.
Avenue Ave.	**avenue** av.
Boulevard Blvd.	**boulevard** boul.
British Columbia B.C.	**Colombie-Britannique** C.-B.
Building Bldg. (see note)	**immeuble** imm.; **édifice** édifice
County County	**comté** cté
East E.	**Est** E.
Floor Floor	**étage** étage
Honourable, The The Hon.	**honorable, L'** L'hon.
Level Level	**niveau** niveau
Manitoba Man.	**Manitoba** Man.
Member of Parliament M.P.	**Membre du Parlement** député
New Brunswick N.B.	**Nouveau-Brunswick** N.-B.
Newfoundland Nfld.	**Terre-Neuve** T.-N.
North N.	**Nord** N.
Northwest Territories N.W.T.	**Territoires du Nord-Ouest** T.N.-O.
Nova Scotia N.S.	**Nouvelle-Écosse** N.-É.
Ontario Ont.	**Ontario** Ont.
Post Office Box P.O. Box	**boîte postale** b.p.; **case postale** c.p.
Prince Edward Island P.E.I.	**Île-du-Prince-Édouard** Î.-P.-É.
Privy Councillor P.C.	**Membre du Conseil privé** c.p.
Quebec Que.	**Québec** Qc
Right Honourable, The The Rt. Hon.	**très honorable, Le** Le très hon.
Road Rd.	**chemin** ch.
Room Rm.	**bureau** bureau; **porte** porte
Rural Route R.R.	**route rurale** r.r.
Saskatchewan Sask.	**Saskatchewan** Sask.
South S.	**Sud** S.
Station (postal facility) Stn.	**succursale (postale)** succursale
Station (scientific research facility) Stn.	**station (établissement de recherches scientifiques)** station
Street St.	**rue** rue
Suite Suite	**porte (pour ensemble de bureaux)** porte
West W.	**Ouest** O.
Yukon Territory Y.T.	**Territoire du Yukon** T.Y.

Note: The distinction between the terms "édifice" and "immeuble" is described under "Names of buildings, structures and sites".

Expressions fréquemment employées

La liste suivante vise à favoriser l'emploi uniforme de certains termes dans les deux langues officielles.

Les inscriptions en caractères maigres indiquent la forme abrégée ou, s'il y a lieu, le terme devant être écrit en entier. En général, il est recommandé de n'employer les abréviations que lorsque l'espace est très limité, notamment sur les cartes de visite.

Français/Anglais

Alberta Alb.	**Alberta** Alta.
appartement app.	**Apartment** Apt.
avenue av.	**Avenue** Ave.
boîte postale b.p.	**Post Office Box** P.O. Box
boulevard boul.	**Boulevard** Blvd.
bureau bureau	**Room** Rm.
case postale c.p.	**Post Office Box** P.O. Box
chemin ch.	**Road** Rd.
Colombie-Britannique C.-B.	**British Columbia** B.C.
comté cté	**County** County
édifice édifice (voir la note)	**Building** Bldg.
Est E.	**East** E.
étage étage	**Floor** Floor
honorable, L' L'hon.	**Honourable, The** The Hon.
Île-du-Prince-Édouard Î.-P.-É.	**Prince Edward Island** P.E.I.
immeuble imm. (voir la note)	**Building** Bldg.
Manitoba Man.	**Manitoba** Man.
Membre du Conseil privé c.p.	**Privy Councillor** P.C.
Membre du Parlement député	**Member of Parliament** M.P.
niveau niveau	**Level** Level
Nord N.	**North** N.
Nouveau-Brunswick N.-B.	**New Brunswick** N.B.
Nouvelle-Écosse N.-É.	**Nova Scotia** N.S.
Ontario Ont.	**Ontario** Ont.
Ouest O.	**West** W.
porte porte	**Room** Rm.
porte (pour ensemble de bureaux) porte	**Suite** Suite
Québec Qc	**Quebec** Que.
route rural r.r.	**Rural Route** R.R.
rue rue	**Street** St.
Saskatchewan Sask.	**Saskatchewan** Sask.
station (établissement de recherches scientifiques) station	**Station (scientific research facility)** Stn.
succursale (postale) succursale	**Station (postal facility)** Stn.
Sud S.	**South** S.
Terre-Neuve T.-N.	**Newfoundland** Nfld.
Territoires du Nord-Ouest T.N.-O.	**Northwest Territories** N.W.T.
Territoire du Yukon T.Y.	**Yukon Territory** Y.T.
très honorable, Le Le très hon.	**Right Honourable, The** The Rt. Hon.

Note: La distinction entre les mots « édifice » et « immeuble » est expliquée dans la rubrique « Noms d'immeubles, d'ouvrages et de sites ».

Treasury Board of Canada Secretariat

Conseil du Trésor du Canada Secrétariat

Federal Identity Program Manual

Manuel du Programme de coordination de l'image de marque

Stationery

Ministers, parliamentary secretaries, and their offices

Interim Guide
January 1994

Papeterie

Ministres, secrétaires parlementaires, et leurs cabinets

Guide intérimaire
Janvier 1994

2.1

Canada

Table of contents

Introduction 2

Coat of Arms signature 2

Relationships between type size, Coat of Arms and "Canada" wordmark 3

Letterheads 4

Envelopes 7

Notepaper 9

Complimentary slips and cards 10

Calling cards 11

Summaries 13

Table des matières

Introduction 2

Signature avec armoiries 2

Rapports entre le corps des caractères, les armoiries et le mot-symbole « Canada » 3

Papiers à en-tête 4

Enveloppes 7

Blocs-notes 9

Feuilles et cartes d'accompagnement 10

Cartes de visite 11

Résumés 13

Introduction

This document sets out the basic requirements and design standards for stationery items used by ministers, secretaries of state, parliamentary secretaries, and their offices. The revised FIP Manual section 2.1, Stationery will be available shortly.

For ease of reference, the illustrations show each item in actual size.

Introduction

Le présent document renferme les exigences de base ainsi que les normes de design régissant les articles de papeterie utilisés par les ministres, les secrétaires d'État, les secrétaires parlementaires et leurs cabinets. La version révisée de la section du manuel du PCIM intitulée « 2.1, Papeterie » sera disponible sous peu.

Pour en faciliter la consultation, les illustrations montrent chaque article dans sa grandeur réelle.

Coat of Arms signatures

Signatures avec armoiries

Minister
of Natural Resources

Ministre
des Ressources naturelles

Secretary of State
Training and Youth

Secrétaire d'État
Formation et Jeunesse

Secrétaire parlementaire
du ministre du Revenu national

Parliamentary Secretary
to the Minister of National Revenue

Office of the Minister
of Human Resources
Development

Cabinet du ministre
du Développement
des ressources humaines

Type 11 point
Coat of Arms 22 mm
"Canada" wordmark 30 mm

Caractères 11 points
Armoiries 22 mm
Mot-symbole « Canada » 30 mm

President
of the Treasury Board

Président
du Conseil du Trésor

Canada

Type 9 point
Coat of Arms 18 mm
"Canada" wordmark 25 mm

Caractères 9 points
Armoiries 18 mm
Mot-symbole « Canada » 25 mm

President
of the Treasury Board

Président
du Conseil du Trésor

Canada

Type 7 point
Coat of Arms 14 mm
"Canada" wordmark 20 mm

Caractères 7 points
Armoiries 14 mm
Mot-symbole « Canada » 20 mm

President
of the Treasury Board

Président
du Conseil du Trésor

Canada

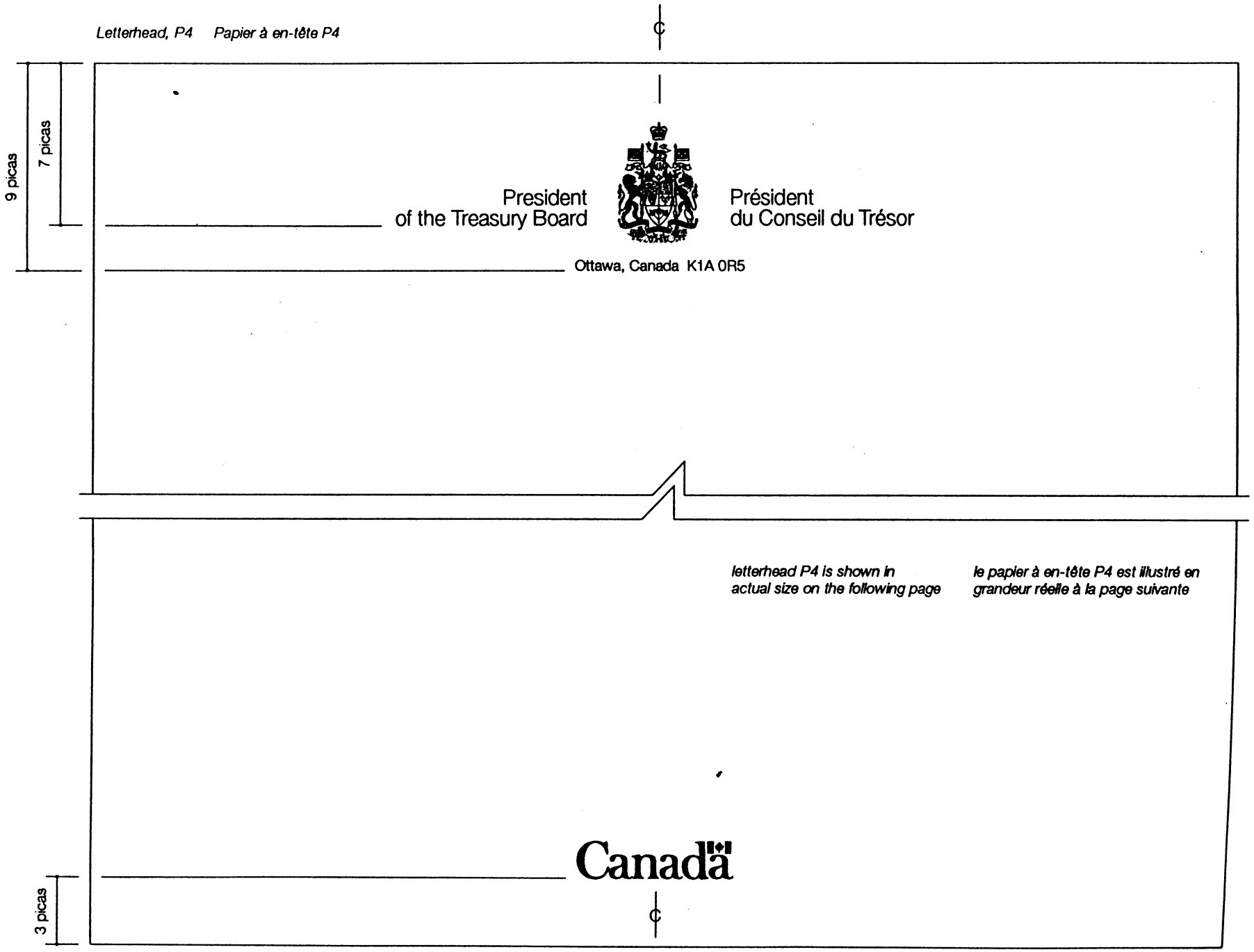
Table

Type size	*Height of Coat of Arms*	*Length of "Canada" wordmark*
10 and 11 point	*22 mm*	*30 mm*
8 and 9 point	*18 mm*	*25 mm*
6, 7 and 8 point	*14 mm*	*20 mm*

Tableau

Corps des caractères	*Hauteur des armoiries*	*Longueur du mot-symbole « Canada »*
10 et 11 points	*22 mm*	*30 mm*
8 et 9 points	*18 mm*	*25 mm*
6, 7 et 8 points	*14 mm*	*20 mm*

Letterhead, P4 *Papier à en-tête P4*



letterhead P4 is shown in actual size on the following page

le papier à en-tête P4 est illustré en grandeur réelle à la page suivante

President
of the Treasury Board

Président
du Conseil du Trésor

Ottawa, Canada K1A 0R5

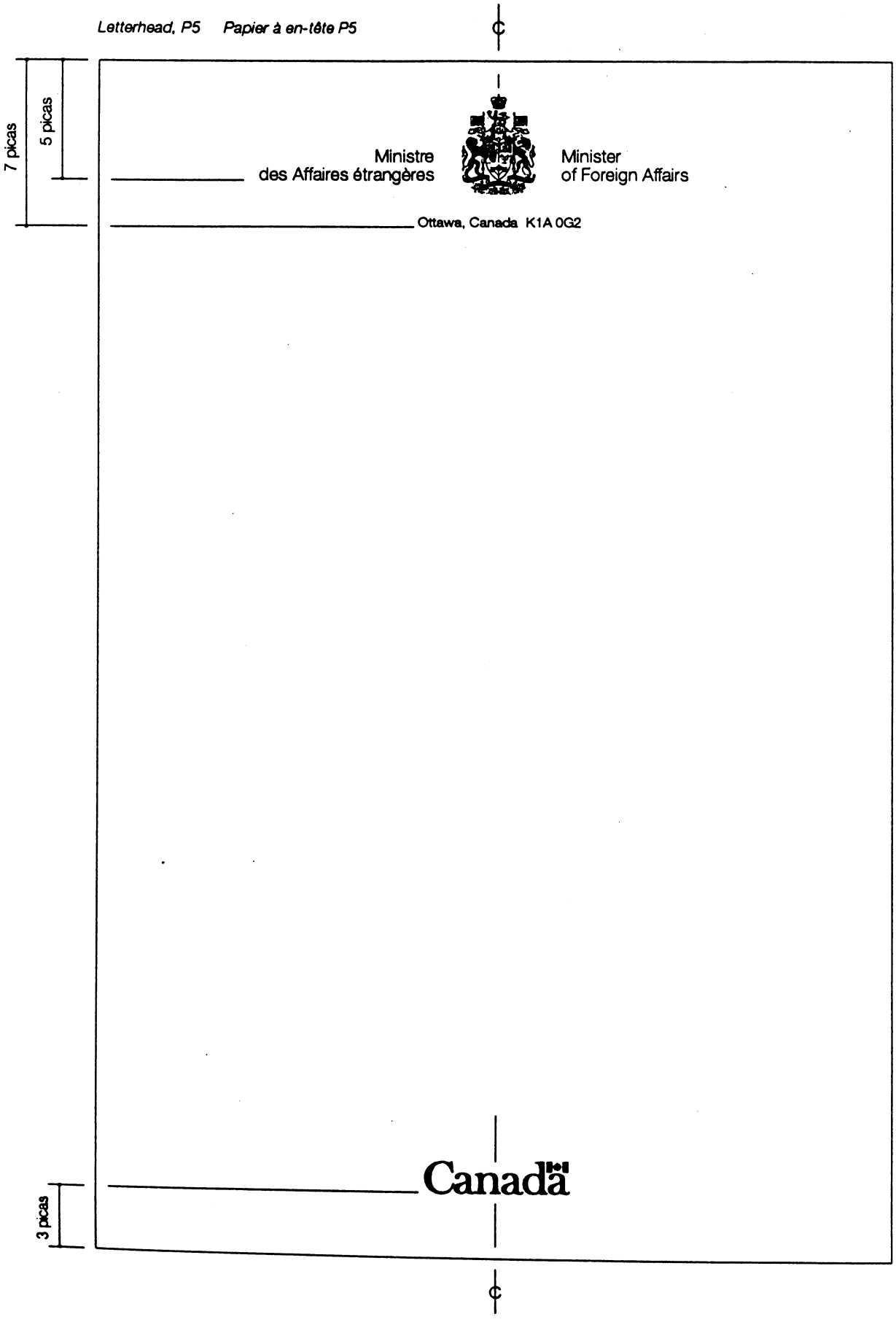
150 line screen
40% of black

noir à 40 pour cent
avec écran de 150 lignes

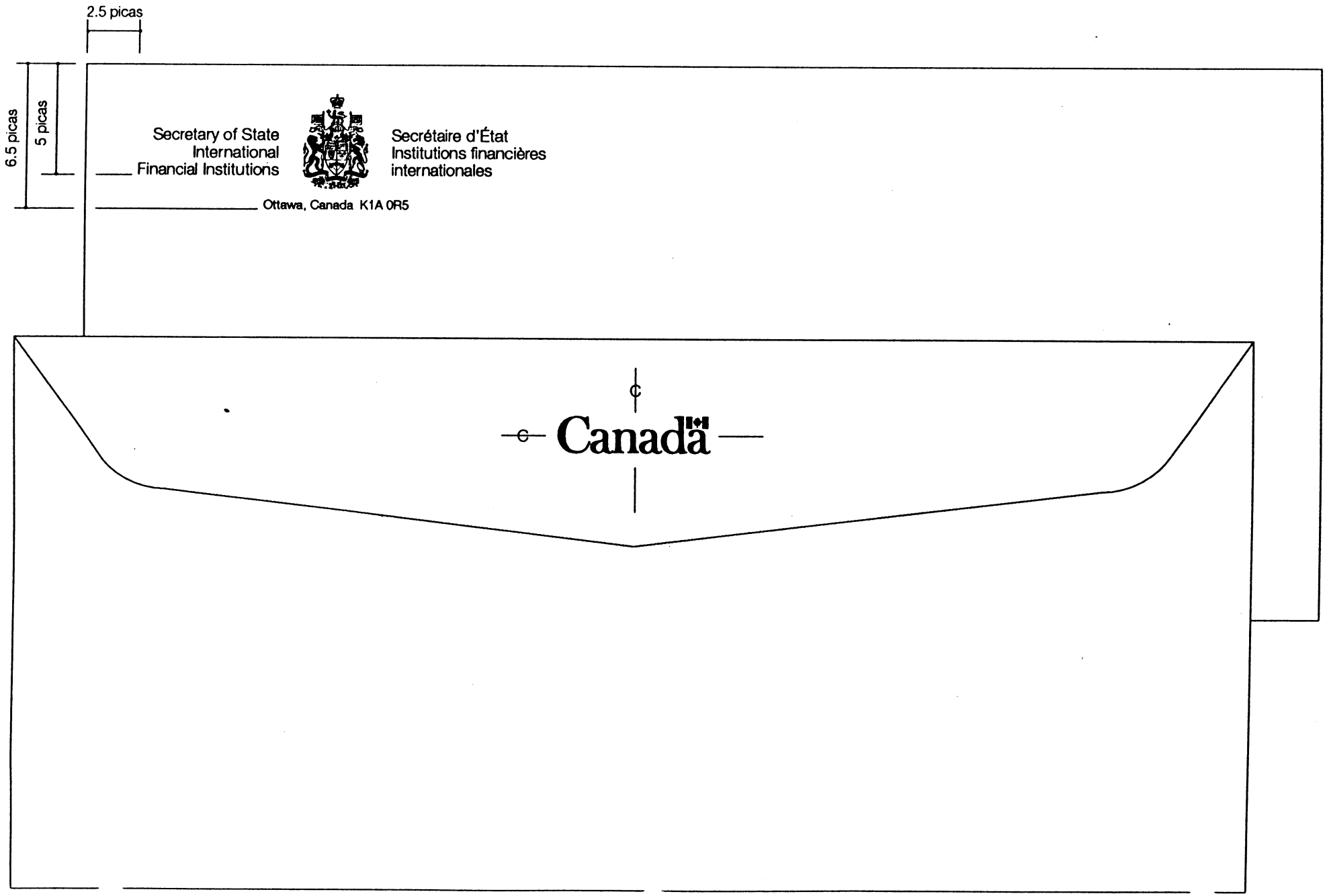
Letterhead, P4 *Papier à en-tête P4*

Canada

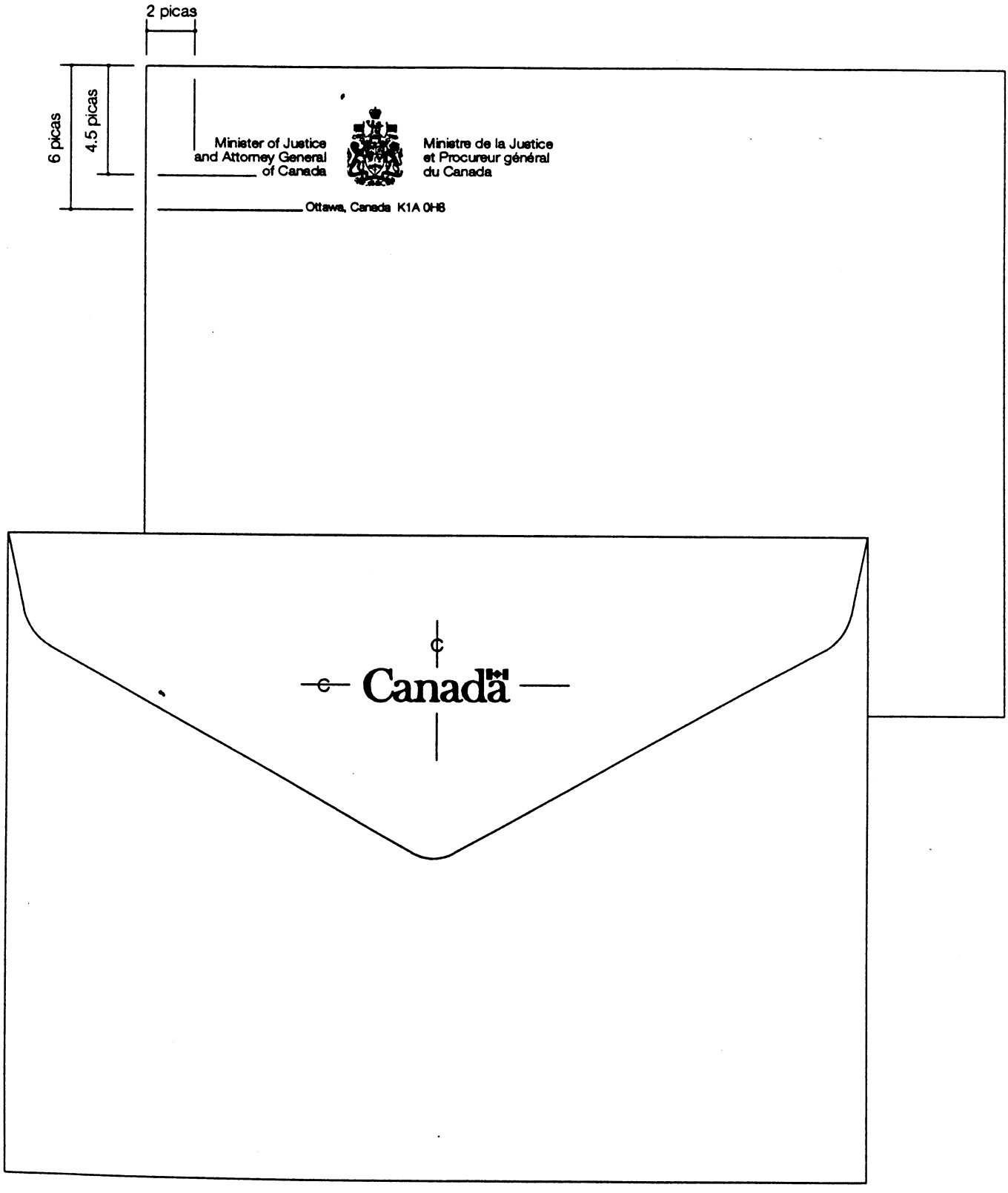
Letterhead, P5 *Papier à en-tête P5*

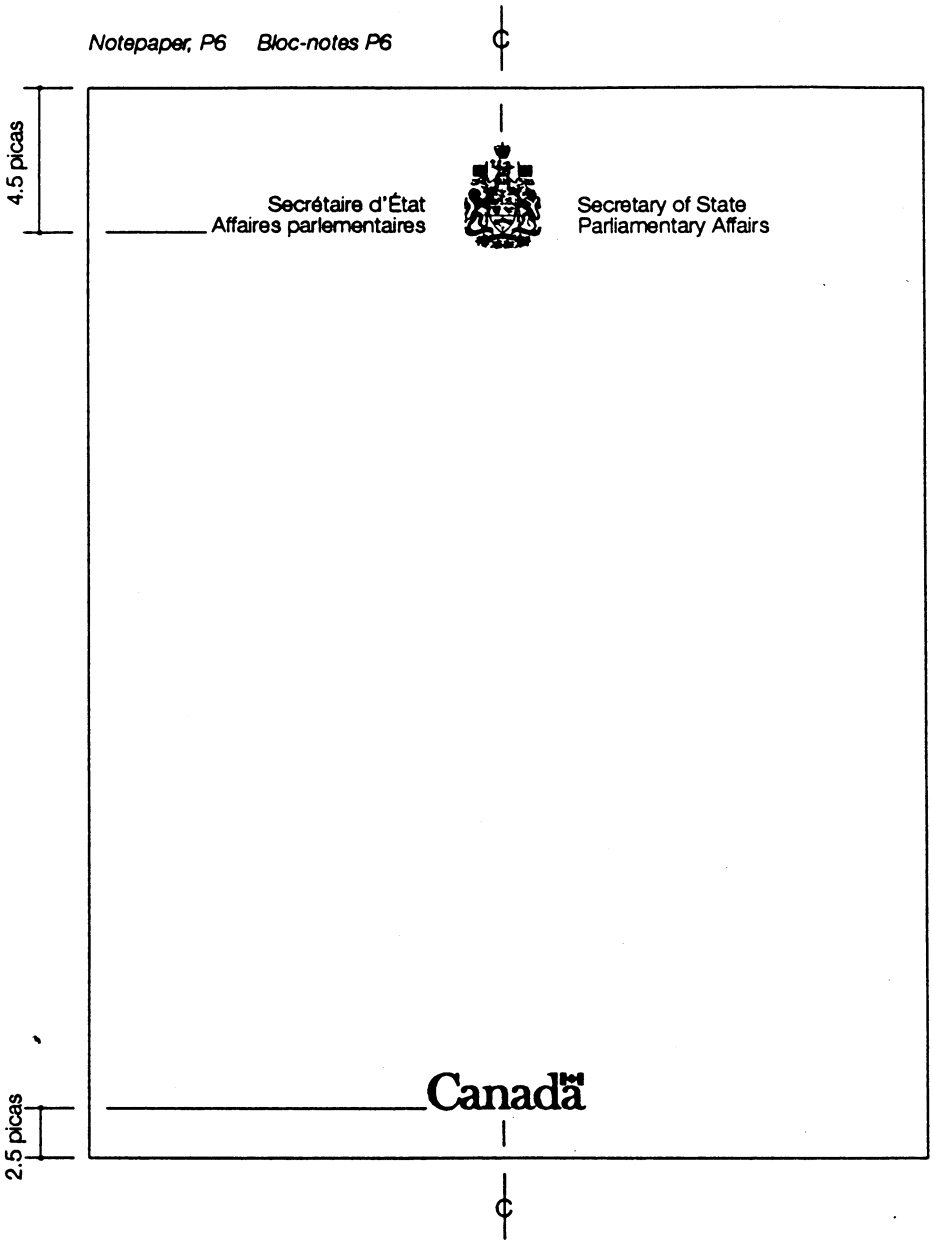


Envelope, No 10 *Enveloppe N° 10*

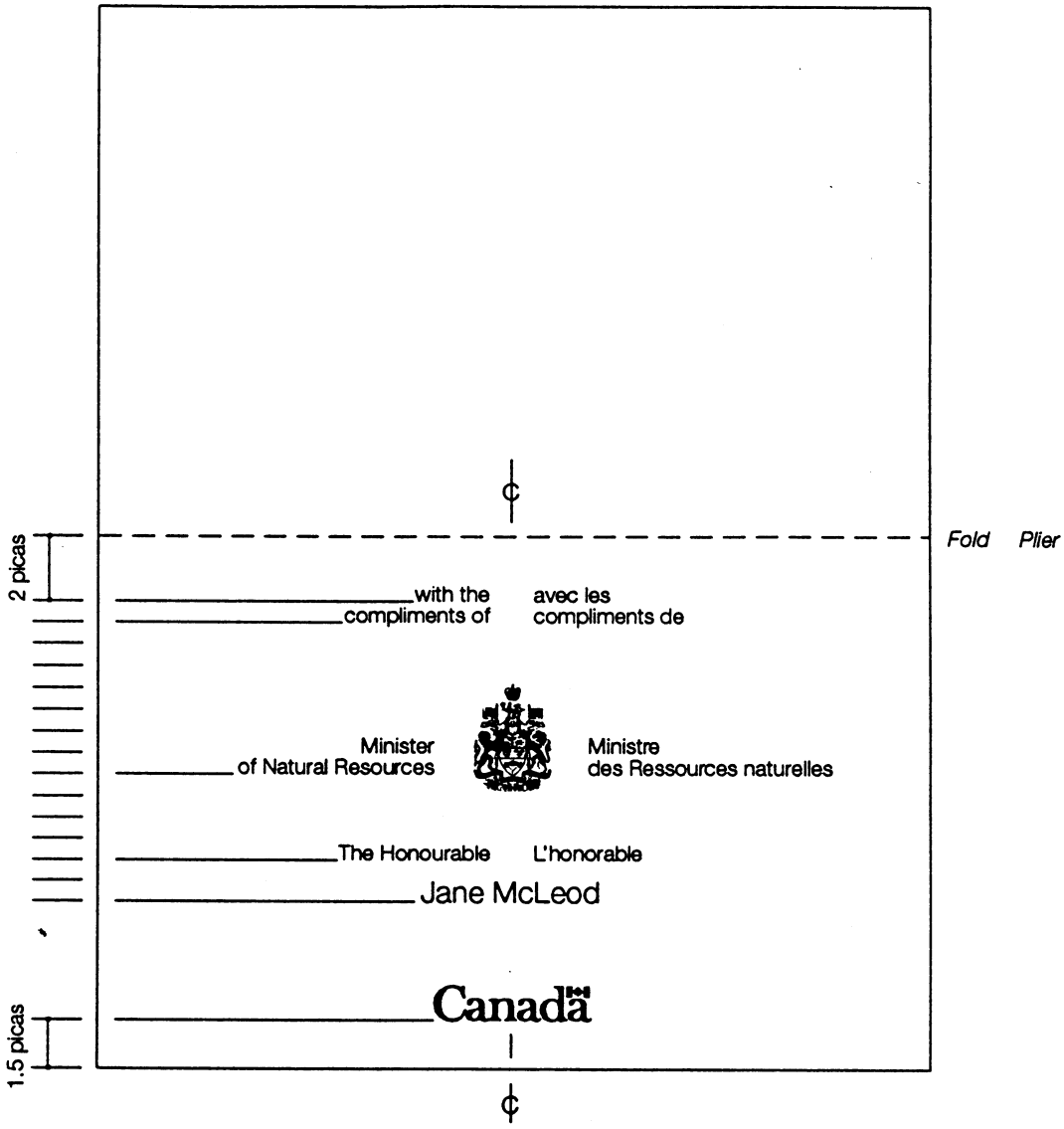


Envelope for P5 letterhead *Enveloppe pour papier à en tête P5*

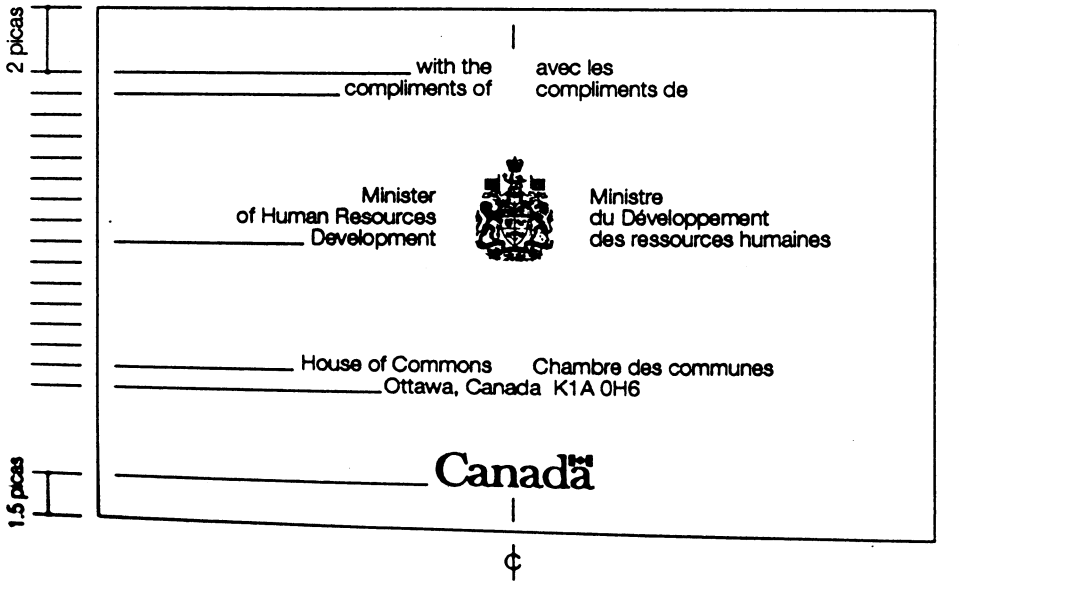



Notepaper, P6 *Bloc-notes P6*
4.5 picas
Secrétaire d'État
Affaires parlementaires
Secretary of State
Parliamentary Affairs
Canada
2.5 picas

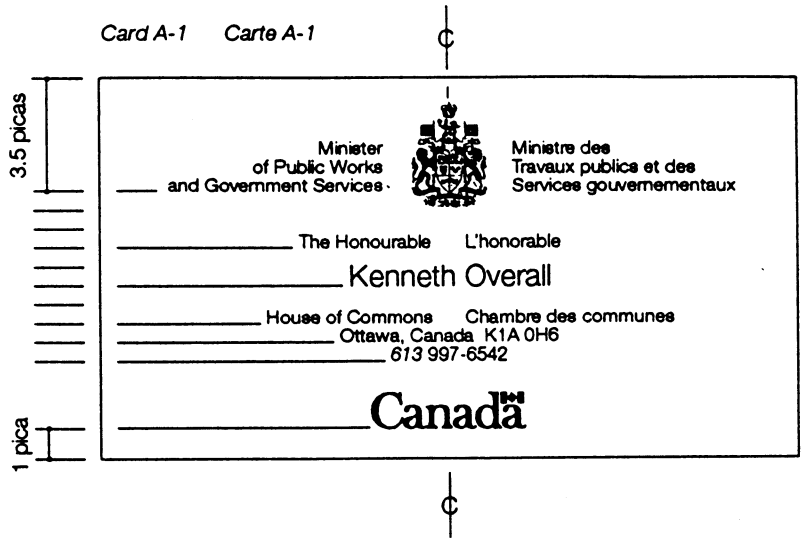
Complimentary slip, P6 *Feuille d'accompagnement P6*



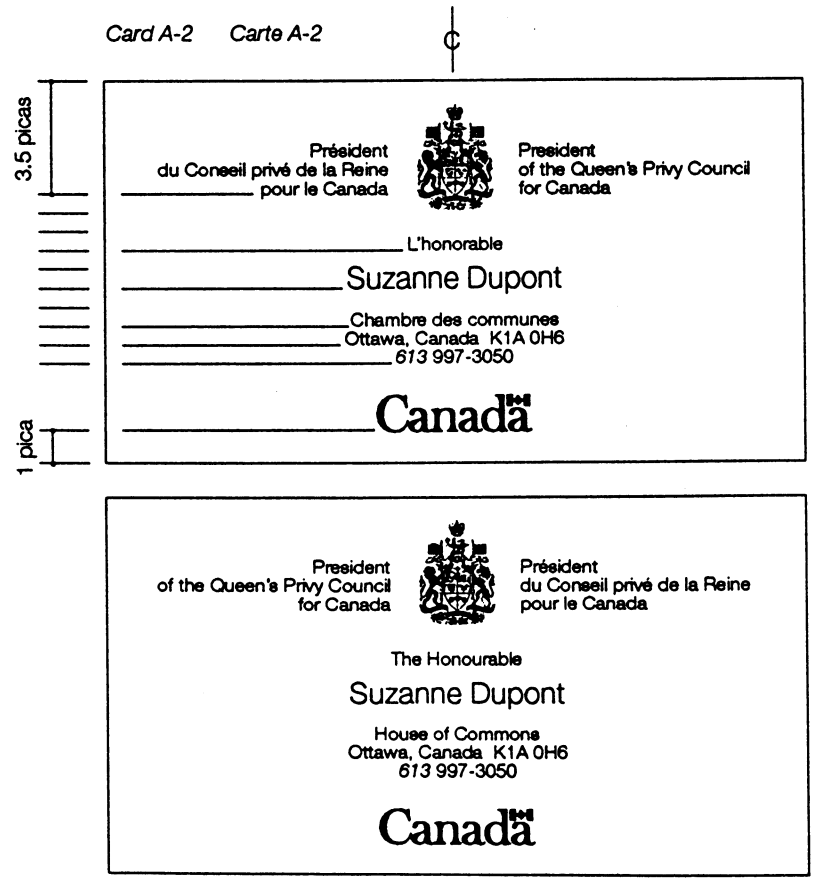
Complimentary card *Carte d'accompagnement*

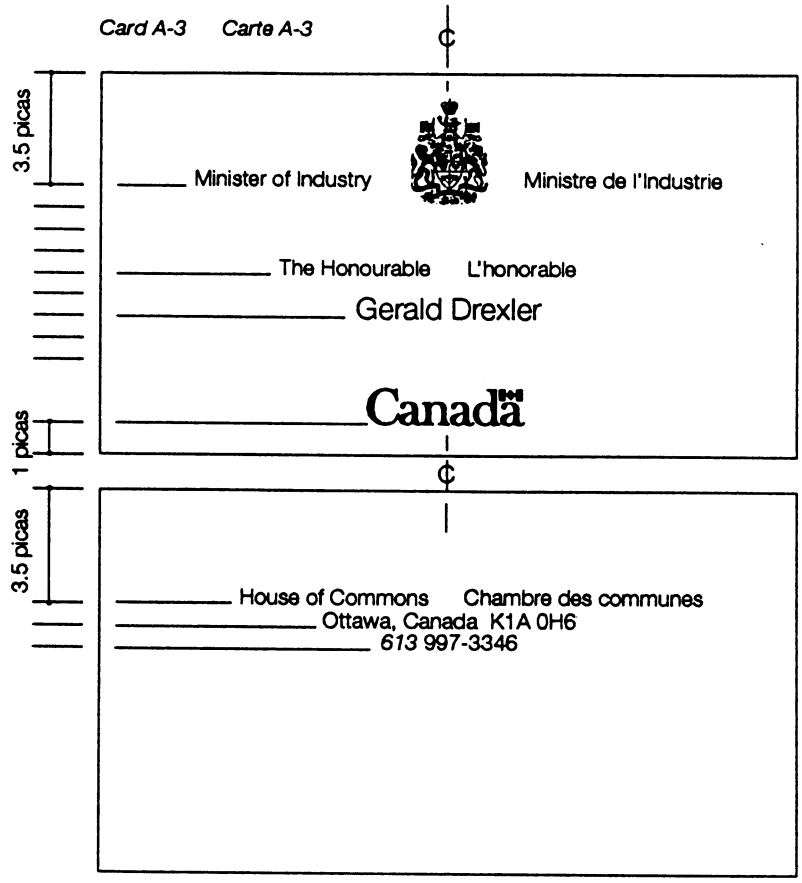


Card A-1 *Carte A-1*



Card A-2 *Carte A-2*




Card A-3
Carte A-3
3.5 picas
Minister of Industry
Ministre de l'Industrie
The Honourable
L'honorable
Gerald Drexler
Canada
1 picas
3.5 picas
House of Commons
Chambre des communes
Ottawa, Canada K1A 0H6
613 997-3346

Specification summary - A
Items for use by ministers and parliamentary secretaries

Item	Paper			Ink colours	Quality levels	
	size (mm)	colour	grade & grammage		printing*	typesetting
Letterhead, P4	21.5 x 28.0 grain long	polar glacier	Evolution 50 laser finish 90 g/m^2	Coat of Arms: 40%screen of black using 150 line screen Text: black Wordmark: black with FIP red flag	prestige	prestige
Second page, P4	21.5 x 28.0 grain long	polar glacier	Evolution 50 laser finish 90 g/m^2	No printing	NA	NA
Letterhead, P5 (or folded to P5 from P4)	14.0 x 21.5 grain long	polar glacier	Evolution 50 laser finish 90 g/m^2	Coat of Arms: 40%screen of black using 150 line screen Text: black Wordmark: black with FIP red flag	prestige	prestige
Envelope, No. 10		white	recycled** envelope paper 90 g/m^2	Coat of Arms: 40%screen of black using 150 line screen Text: black Wordmark: black with FIP red flag	prestige	prestige
Envelope for P5 letterhead	11.4 x 14.9	white	recycled** envelope paper 90 g/m^2	Coat of Arms: 40%screen of black using 150 line screen Text: black Wordmark: black with FIP red flag	prestige	prestige
Notepaper, P6	10.7 x 14.0	polar glacier	Evolution 50 laser finish 90 g/m^2	Coat of Arms: 40%screen of black using 150 line screen Text: black Wordmark: black with FIP red flag	prestige	prestige
Complimentary slip, P6	10.7 x 14.0 (when flat)	white	Either***: - New Life opaque offset; - Guardian opaque offset - Resolve offset; or - Phoenix opaque premier 89 g/m^2	Coat of Arms: 40%screen of black using 150 line screen Text: black Wordmark: black with FIP red flag	prestige	prestige
Complimentary card	10.7 x 7.0	white	New Life opaque cover 216 g/m^2	Coat of Arms: 40%screen of black using 150 line screen Text: black Wordmark: black with FIP red flag	prestige	prestige
Calling card	9.0 x 5.0	white	New Life opaque cover 216 g/m^2	Coat of Arms: 40%screen of black using 150 line screen Text: black Wordmark: black with FIP red flag	prestige	prestige

*when using paper bearing a watermark, the watermark on the finished product must be right reading.
**meeting the Canadian definition of recycled fine paper as found in Environment Canada's National Guideline number ECP-08-89, part of the Canadian Environmental Protection Act - Section 8.(1)(b).
***while there is a choice, a mix of paper within a single order is not acceptable.

Specification summary - B
Items for use by the offices of ministers

Item	Paper			Ink colours	Quality levels	
	size (mm)	colour	grade & grammage		printing	typesetting
Letterhead, P4	21.5 x 28.0 grain long	white	Either***: - New Life opaque offset; - Guardian opaque offset - Resolve offset; or - Phoenix opaque premier 89 g/m^2	Coat of Arms: 40%screen of black using 150 line screen Text: black Wordmark: black	informational	prestige
Second page, P4	21.5 x 28.0 grain long	white	Either***: - New Life opaque offset; - Guardian opaque offset - Resolve offset; or - Phoenix opaque premier 89 g/m^2	No printing	NA	NA
Letterhead, P5 (or folded to P5 from P4)	14.0 x 21.5 grain long	white	Either***: - New Life opaque offset; - Guardian opaque offset - Resolve offset; or - Phoenix opaque premier 89 g/m^2	Coat of Arms: 40%screen of black using 150 line screen Text: black Wordmark: black	informational	prestige
Envelope, No. 10		white	recycled** envelope paper 90 g/m^2	Coat of Arms: 40%screen of black using 150 line screen Text: black Wordmark: black	informational	prestige
Envelope for P5 letterhead	11.4 x 14.9	white	recycled** envelope paper 90 g/m^2	Coat of Arms: 40%screen of black using 150 line screen Text: black Wordmark: black	informational	prestige
Notepaper, P6	10.7 x 14.0	polar glacier	Either***: - New Life opaque offset; - Guardian opaque offset - Resolve offset; or - Phoenix opaque premier 89 g/m^2	Coat of Arms: 40%screen of black using 150 line screen Text: black Wordmark: black	informational	prestige
Complimentary slip, P6	10.7 x 14.0 (when flat)	white	Either***: - New Life opaque offset; - Guardian opaque offset - Resolve offset; or - Phoenix opaque premier 89 g/m^2	Coat of Arms: 40%screen of black using 150 line screen Text: black Wordmark: black	informational	prestige
Complimentary card	10.7 x 7.0	white	Guardian opaque cover 216 g/m^2	Coat of Arms: 40%screen of black using 150 line screen Text: black Wordmark: black	informational	prestige
Calling card	9.0 x 5.0	white	Guardian opaque cover 216 g/m^2	Coat of Arms: 40%screen of black using 150 line screen Text: black Wordmark: black	informational	prestige

**meeting the Canadian definition of recycled fine paper as found in Environment Canada's National Guideline number ECP-08-89, part of the Canadian Environmental Protection Act - Section 8.(1)(b).
***while there is a choice, a mix of paper within a single order is not acceptable.

Résumé des spécifications - A
Articles utilisés par les ministres et les secrétaires parlementaires

Article	Papier			Couleurs de l'encre	Niveaux de la qualité	
	format	couleur	catégorie et grammage		impression*	composition
Papier à en-tête P4	21.5 x 28.0 grain long	glacier polaire	Evolution 50 fini laser 90 g/m^2	Armoiries: trame noir à 40% avec écran de 150 lignes Texte: noir Mot-symbole: noir avec drapeau rouge PCIM	prestige	prestige
Deuxième page, P4	21.5 x 28.0 grain long	glacier polaire	Evolution 50 fini laser 90 g/m^2	aucune impression	S.O.	S.O.
Papier à en-tête, P5 (ou plié à P5 de P4)	14.0 x 21.5 grain long	glacier polaire	Evolution 50 fini laser 90 g/m^2	Armoiries: trame noir à 40% avec écran de 150 lignes Texte: noir Mot-symbole: noir avec drapeau rouge PCIM	prestige	prestige
Enveloppe, N° 10		blanc	papier enveloppe recyclé** 90 g/m^2	Armoiries: trame noir à 40% avec écran de 150 lignes Texte: noir Mot-symbole: noir avec drapeau rouge PCIM	prestige	prestige
Enveloppe pour papier à en-tête P5	11.4 x 14.9	blanc	papier enveloppe recyclé** 90 g/m^2	Armoiries: trame noir à 40% avec écran de 150 lignes Texte: noir Mot-symbole: noir avec drapeau rouge PCIM	prestige	prestige
Bloc-notes, P6	10.7 x 14.0	glacier polaire	Evolution 50 fini laser 90 g/m^2	Armoiries: trame noir à 40% avec écran de 150 lignes Texte: noir Mot-symbole: noir avec drapeau rouge PCIM	prestige	prestige
Feuille d'accompagnement, P6	10.7 x 14.0 (dépliée)	blanc	Soit***: - papier offset Nouvelle Vie opaque; - papier offset Guardian opaque - papier offset Resolve; ou - Phoenix opaque premier 89 g/m^2	Armoiries: trame noir à 40% avec écran de 150 lignes Texte: noir Mot-symbole: noir avec drapeau rouge PCIM	prestige	prestige
Carte d'accompagnement	10.7 x 7.0	blanc	couverture Nouvelle Vie opaque 216 g/m^2	Armoiries: trame noir à 40% avec écran de 150 lignes Texte: noir Mot-symbole: noir avec drapeau rouge PCIM	prestige	prestige
Carte de visite	9.0 x 5.0	blanc	couverture Nouvelle Vie opaque 216 g/m^2	Armoiries: trame noir à 40% avec écran de 150 lignes Texte: noir Mot-symbole: noir avec drapeau rouge PCIM	prestige	prestige

*lorsqu'on emploie du papier avec une filigrane, ce dernier doit être en lecture à l'endroit sur le produit fini..
**conformément à la définition canadienne de papier fin recyclé telle qu'énoncée par Environnement Canada au numéro PCP-08-89 de sa ligne directrice nationale en application de l'alinéa 8.(1)b) de la Loi canadienne sur la protection de l'environnement.
***bien qu'il y ait un choix, il n'est pas acceptable de mêler les types de papier à l'égard de la même commande

Résumé des spécifications - B
Articles utilisés par les cabinets de ministres

Article	Papier			Couleurs de l'encre	Niveaux de la qualité	
	format (cm)	couleur	catégorie et grammage		impression	composition
Papier à en-tête P4	21.5 x 28.0 grain long	blanc	Soit***: - papier offset Nouvelle Vie opaque; - papier offset Guardian opaque - papier offset Resolve; ou - Phoenix opaque premier 89 g/m^2	Armoiries: trame noir à 40% avec écran de 150 lignes Texte: noir Mot-symbole: noir	informative	prestige
Deuxième page, P4	21.5 x 28.0 grain long	blanc	Soit***: - papier offset Nouvelle Vie opaque; - papier offset Guardian opaque - papier offset Resolve; ou - Phoenix opaque premier 89 g/m^2	aucune impression	S.O.	S.O.
Papier à en-tête, P5 (ou plié à P5 de P4)	14.0 x 21.5 grain long	blanc	Soit***: - papier offset Nouvelle Vie opaque; - papier offset Guardian opaque - papier offset Resolve; ou - Phoenix opaque premier 89 g/m^2	Armoiries: trame noir à 40% avec écran de 150 lignes Texte: noir Mot-symbole: noir	informative	prestige
Enveloppe, N° 10		blanc	papier enveloppe recyclé** 90 g/m^2	Armoiries: trame noir à 40% avec écran de 150 lignes Texte: noir Mot-symbole: noir	informative	prestige
Enveloppe pour papier à en-tête P5	11.4 x 14.9	blanc	papier enveloppe recyclé** 90 g/m^2	Armoiries: trame noir à 40% avec écran de 150 lignes Texte: noir Mot-symbole: noir	informative	prestige
Bloc-notes, P6	10.7 x 14.0	blanc	Soit***: - papier offset Nouvelle Vie opaque; - papier offset Guardian opaque - papier offset Resolve; ou - Phoenix opaque premier 89 g/m^2	Armoiries: trame noir à 40% avec écran de 150 lignes Texte: noir Mot-symbole: noir	informative	prestige
Feuille d'accompagnement, P6	10.7 x 14.0 (dépliée)	blanc	Soit***: - papier offset Nouvelle Vie opaque; - papier offset Guardian opaque - papier offset Resolve; ou - Phoenix opaque premier 89 g/m^2	Armoiries: trame noir à 40% avec écran de 150 lignes Texte: noir Mot-symbole: noir	informative	prestige
Carte d'accompagnement	10.7 x 7.0	blanc	couverture Guardian opaque, fini lisse 216 g/m^2	Armoiries: trame noir à 40% avec écran de 150 lignes Texte: noir Mot-symbole: noir	informative	prestige
Carte de visite	9.0 x 5.0	blanc	couverture Guardian opaque, fini lisse 216 g/m^2	Armoiries: trame noir à 40% avec écran de 150 lignes Texte: noir Mot-symbole: noir	informative	prestige

**conformément à la définition canadienne de papier fin recyclé telle qu'énoncée par Environnement Canada au numéro PCP-08-89 de sa ligne directrice nationale en application de l'alinéa 8.(1)b) de la Loi canadienne sur la protection de l'environnement.
***bien qu'il y ait un choix, il n'est pas acceptable de mêler les types de papier à l'égard de la même commande

Treasury Board of Canada Secretariat

Conseil du Trésor du Canada Secrétariat

Federal Identity Program Manual

Manuel du Programme de coordination de l'image de marque

Stationery

Departments, agencies and corporations

Papeterie

Ministères, organismes et sociétés

September 1987

Septembre 1987

2.2

Canada

Table of contents

Introduction 3
Applicable publications 3
Scope 3
Stationery: control and use of titles 3

Signature, titles and wordmark 4

Service titles 4
Titles of individuals 5
"Canada" wordmark 5

Design standards 6

Typeface 6
Typesetting 6
Layouts 7
Paper sizes 8
Colours 8

Recommended typing format 9

Letterheads 12

Letterhead (P4) 12
Airmail letterhead (P4) 12
Letterhead (P5) 14

Envelopes 15

Window envelope (No. 9) 15
Kraft envelope (No. 9) 16
White envelope (No. 9) 17
Envelope for P5 letterhead 18
Airmail envelope (No. 9) 19

Envelopes, standard flats 20

Standard flats 20

Notepaper 22

Notepaper (P6) 22

Complimentary slips and cards 23

Complimentary slip (P6) 23
Complimentary card 24

Calling cards 25

General requirements 25
Technical requirements 25
Card F-1 27
Card F-2 28
Card F-3 29
Card F-4 30

Special symbols or messages 32

Symbols 32
Messages 32

Reproduction and supply 33

Printing 33
Source of supply 33

Summary 34

Table des matières

Introduction 3
Publications relatives au sujet 3
Portée 3
Papeterie: contrôle et titres 3

Signature, titres et mot-symbole 4

Titres des services 4
Titres des personnes 5
Mot-symbole «Canada» 5

Normes graphiques 6

Caractère typographique 6
Composition 6
Dispositions 7
Format du papier 8
Couleurs 8

Disposition dactylographique recommandée 9

Papiers à en-tête 12

Papier à en-tête (P4) 12
Papier avion à en-tête 12
Papier à en-tête (P5) 14

Enveloppes 15

Enveloppe à fenêtre (n° 9) 15
Enveloppe papier kraft (n° 9) 16
Enveloppe blanche (n° 9) 17
Enveloppe pour papier à en-tête (P5) 18
Enveloppe avion (n° 9) 19

Enveloppes standard, effets plats 20

Enveloppes standard 20

Blocs-notes 22

Bloc-notes (P6) 22

Feuilles et cartes d'accompagnement 23

Feuille d'accompagnement (P6) 23
Carte d'accompagnement 24

Cartes de visite 25

Exigences générales 25
Exigences techniques 25
Carte F-1 27
Carte F-2 28
Carte F-3 29
Carte F-4 30

Symboles ou messages spéciaux 32

Symboles 32
Messages 32

Reproduction et fournisseurs 33

Impression 33
Fournisseurs 33

Résumé 35

Introduction This section sets out the general requirements and design standards for stationery used by departments, agencies, and corporations. It should be used with Chapter 470, "Federal Identity Program" of the *Administrative Policy Manual*, and the key sections of the FIP Manual (1.1 and 1.2). Section 1.2 also provides advice on the wording and presentation of addresses.

Note: Because of space limitations, the layouts are shown reduced in size. However, any dimensions given are in the actual size.

Applicable publications The following publications are referred to in this section. Reference to these publications is to the latest issues.

Canadian General Standards Board (CGSB) standards or specifications:

- CAN/CGSB-9.60M, Paper Sizes for Correspondence
- 6.11, Envelopes, Mailing - Standard Flats
- 6.100M, Paper, Letterhead
- 6.101M, Envelopes, Mailing
- 6.102M, Form, Printed, Complimentary Slip
- 6.103M, Form, Printed, Complimentary Card
- 6.104M, Form, Printed, Calling Card
- 6.112M, Paper, Notepaper

The publications listed above may be obtained from the Canadian Government Publishing Centre, Supply and Services Canada.

Publication issued by Canada Post Corporation:

- Canada Postal Standards

Publications issued by Supply and Services Canada:

- Print Quality Levels
- Envelope Quality Levels
- Typesetting Quality Levels
- Generic Identification of Paper and Paperboard Brandnames

These publications are available from Canadian Government Printing Services, Supply and Services Canada.

Scope Guidelines and standards set out the requirements for the design and production of stationery items for use by departments, agencies, and corporations identified by the federal signature.

These items include letterheads and envelopes, standard flat envelopes, notepaper, complimentary slips and cards, and calling cards.

Stationery: control and use of titles The control of stationery items is at the discretion of each organization. To serve operational needs, stationery items may include pre-printed information as described and illustrated in this section (e.g. a service title, an address). However, controls are usually required to prevent the proliferation of many different items that have to be produced and stocked. Treasury Board policy (Chapter 470) restricts the use of titles as set out below.

Introduction Cette section du Manuel contient les exigences générales et les normes graphiques relatives aux articles de papeterie utilisés par les ministères, les organismes et les sociétés. Elle devra être consultée avec le chapitre 470 du *Manuel de la politique administrative* qui porte sur le Programme de coordination de l'image de marque (PCIM), ainsi que les sections-clés du manuel du PCIM (1.1 et 1.2). La section 1.2 contient aussi des conseils sur la façon de libeller et de disposer les adresses.

Note: Faute d'espace, les illustrations sont de dimensions réduites; cependant, le rapport de celles-ci est le même que celui du format réel.

Publications relatives au sujet Nous vous référons à l'édition la plus récente des publications suivantes.

Les normes ou spécifications publiées par l'Office des normes générales du Canada (ONGC):

- CAN/CGSB-9.60M, Formats de papier à lettres
- 6.11, Enveloppes courrier, grands objets plats normalisés
- 6.100M, Papier à en-tête
- 6.101M, Enveloppes, courrier
- 6.102M, Formulaire imprimé, Feuille d'accompagnement
- 6.103M, Formulaire imprimé, Carte d'accompagnement
- 6.104M, Formulaire imprimé, Carte de visite
- 6.112M, Papier de bloc-notes

On peut se procurer ces publications au Centre d'édition du gouvernement du Canada d'Approvisionnements et Services Canada.

Document publié par la Société canadienne des Postes:

- Normes de Postes Canada

Documents publiés par Approvisionnements et Services Canada:

- Niveaux de la qualité de l'impression
- Niveaux de la qualité des enveloppes
- Niveaux de la qualité de la composition
- Identification générique des marques de commerce du papier et du carton

On peut obtenir ces publications auprès des Services d'imprimerie du gouvernement canadien d'Approvisionnements et Services Canada.

Portée Les présentes lignes directrices et normes se rapportent aux exigences concernant le design et la fabrication des articles de papeterie à l'usage des ministères, des organismes et des sociétés identifiés par la signature fédérale.

Ces articles comprennent le papier à en-tête et les enveloppes, les enveloppes standard, les blocs-notes, les feuilles et cartes d'accompagnement, et les cartes de visite.

Papeterie: contrôle et titres Le contrôle des articles de papeterie relève de chaque organisme fédéral. Pour répondre aux besoins de chacun, les articles peuvent comprendre des renseignements pré-imprimés conformément aux modalités énoncées et illustrées ci-après (par exemple, un titre de service ou une adresse). Toutefois, un certain contrôle doit être exercé pour empêcher la prolifération d'un grand nombre d'articles différents parmi ceux qui doivent être stockés. La politique du Conseil du Trésor (chapitre 470) restreint l'emploi des titres (voir les règles ci-dessous).

Titles on letterheads, envelopes and notepaper
Only deputy ministers, assistant deputy ministers, or positions of equivalent status may be identified on these items, and then only by title and not by name.

Items with restricted use
P5 letterheads and white envelopes described in this section are for use only by deputy ministers, assistant deputy ministers, or positions of equivalent status.

Emploi de titres sur papier à en-tête, enveloppes et blocs-notes
Seul le titre des sous-ministres, des sous-ministres adjoints, ou des titulaires de postes équivalents peut figurer sur ces articles, et non pas leur nom.

Articles à usage restreint
Seuls les sous-ministres, les sous-ministres adjoints, ou les titulaires de postes équivalents peuvent utiliser les enveloppes blanches et le papier à en-tête P5 décrits ci-après.

Signature, titles and wordmark

Except for short titles where the use of a one-line signature may be feasible, a two-line signature is applied (**Fig. 1**). Section 1.1 of this manual sets out the size relationships between symbol and typography and the rules on the layout of signatures.

Service titles To serve operational needs, a title which identifies an organizational unit, program or service may be used in conjunction with the signature of the parent organization. Service titles shall appear as illustrated (**Fig. 2**).

Signature, titres et mot-symbole

Sauf dans le cas des titres abrégés permettant l'emploi d'une signature sur une ligne, une signature disposée sur deux lignes est la règle (**Fig. 1**). La section 1.1 du présent manuel établit le rapport de taille entre le symbole et le texte et explique les règles régissant la disposition des signatures.

Titres des services Pour répondre aux besoins fonctionnels, un titre qui identifie une unité, un programme ou un service de l'organisme peut être combiné à la signature de l'organisme parent. La disposition des titres de service devra être conforme à l'illustration (**Fig. 2**).

Fig. 1
One-line and two-line signatures. / Signatures sur une ligne et sur deux lignes.

Travail Canada Labour Canada

Social Sciences and Humanities Research Council of Canada
Conseil des recherches en sciences humaines du Canada

Fig. 2
Signatures incorporating a service title. / Signatures incorporant un titre de service.

Environment Canada / Environnement Canada

Wildlife Service / Service de la faune

Consommation et Corporations Canada / Consumer and Corporate Affairs Canada

Direction des brevets / Patents Branch

Titles of individuals Subject to the policy on the use of titles of individuals on letterheads, envelopes and notepaper, they shall appear as illustrated (**Fig. 3**).

"Canada" wordmark The wordmark shall be used on all items and as specified in this section. The regular-weight of the wordmark applies throughout (**Fig. 4**).

Titres des personnes Sous réserve de la politique relative à l'emploi des titres des personnes sur le papier à en-tête, les enveloppes et les blocs-notes, la présentation de ces titres devra être conforme à l'illustration (**Fig. 3**).

Mot-symbole « Canada » Le mot-symbole doit être utilisé sur tous les articles de papeterie, et de la façon indiquée dans la présente section. On se sert du mot-symbole à caractères normaux (**Fig. 4**).

Fig. 3
Signatures incorporating the title of an individual. Signatures incorporant le titre d'une personne.

National Research Council Canada	Conseil national de recherches Canada
President	Président
Santé et Bien-être social Canada	Health and Welfare Canada
Sous-ministre	Deputy Minister
External Affairs Canada	Affaires extérieures Canada
Deputy Under-Secretary of State	Sous-secrétaire d'État associé
Commission canadienne des transports	Canadian Transport Commission
Commissaire	Commissioner
Energy, Mines and Resources Canada	Énergie, Mines et Ressources Canada
Assistant Deputy Minister	Sous-ministre adjoint

Fig. 4
Wordmark, regular weight. Mot-symbole à caractères normaux.

Canada

Design standards

The design of all stationery items described in this section has been standardized. There should be no variation from these designs and specifications without prior consultation with the Administrative Policy Branch of Treasury Board Secretariat.

The formats have been designed to project a consistent visual image of the government and, where applicable, to conform to the *Canada Postal Standards*.

Typeface Helvetica light is used on all stationery except for standard flats, where Helvetica regular is specified. Shown here are the sizes and weights of type applicable to the items described in this section **(Fig. 5)**.

Typesetting Typesetting of the signature and any accompanying text shall be in upper and lowercase, solid, normal spacing between letters, with selective kerning applied to awkward combinations of letters.

Care should be taken to avoid the mixing of typeset composition from different sources on any one layout. (For example, variations in stroke width may be noticeable.) The typesetting must meet the quality level shown in the "Summary" at the end of this section.

Normes graphiques

Le design de tous les articles de papeterie, tel qu'il est présenté ci-dessous, est standard. On ne peut modifier le design ou l'une de ses caractéristiques sans consulter au préalable la Direction de la politique administrative du Secrétariat du Conseil du Trésor.

Les formats ont été établis de manière à assurer une représentation visuelle uniforme du gouvernement et, s'il y a lieu, à satisfaire aux *Normes de Postes Canada*.

Caractère typographique On utilisera le caractère Helvetica maigre pour tous les articles de papeterie, à l'exception des enveloppes standard (effets plats); pour celles-ci, on utilisera l'Helvetica normal. La figure montre les corps et les graisses à employer pour tous les articles dont il est ici question **(Fig. 5)**.

Composition La composition de la signature et du texte d'accompagnement doit se faire en haut et bas de casse, composition compacte, espacement normal, assorti du crénage sélectif pour certaines combinaisons de caractères.

Il faut éviter de se servir, pour la même disposition, de caractères provenant de différentes sources, car les caractères risquent de varier. (Il pourrait y avoir, par exemple, des différences quant à l'épaisseur des traits.) La composition doit respecter le niveau de qualité précisé dans le « Résumé » qui figure à la fin de la présente section.

Fig. 5
Sizes and weights of type used for stationery.

Les corps et les graisses utilisés pour les articles de papeterie.

6 point	Helvetica light	6 points	Helvetica maigre
7 point	Helvetica light	7 points	Helvetica maigre
8 point	Helvetica light	8 points	Helvetica maigre
9 point	Helvetica light	9 points	Helvetica maigre
10 point	Helvetica light	10 points	Helvetica maigre
11 point	Helvetica light	11 points	Helvetica maigre
12 point	Helvetica light	12 points	Helvetica maigre
20 point	Helvetica light	20 points	Helvetica maigre
8 point	**Helvetica regular**	8 points	**Helvetica normal**
10 point	**Helvetica regular**	10 points	**Helvetica normal**
12 point	**Helvetica regular**	12 points	**Helvetica normal**

Layouts The layouts are based on typographic grids or dimensions that are shown in the figure for each item. The space between the flag symbol and the left-hand column, as well as between the left-hand and right-hand columns, is 1 1/2 em of the type size being used. The space between the language columns is measured from the end of the longest line of the left-hand column to the beginning of the right-hand column. A blank line is used between the signature and any following text **(Fig. 6)**.

For most items, a choice of type sizes is provided to accommodate signatures or texts of varying length. Principles of good typographic practice should be applied when determining the layout, i.e. line length, line endings, and type size where applicable (see also Section 1.1, "Design").

Use of type sizes

Table 1 shows which type sizes are combined on an item. For example, 9/7 is used to indicate a 9 point signature with a 7 point address.

Dispositions Les dispositions se fondent sur les grilles typographiques ou les dimensions indiquées sur les figures pour chaque article. L'espace entre le symbole du drapeau et la colonne de gauche, de même que l'espace entre les colonnes de gauche et de droite, est de 1 1/2 em du corps utilisé. On mesure l'espace entre les colonnes à partir de la ligne la plus longue de la colonne de gauche jusqu'au début de la colonne de droite. Il faut laisser une ligne de blanc entre la signature et le texte qui suit **(Fig. 6)**.

Pour la plupart des articles, il existe un choix de corps qui tient compte des différences de longueur des signatures et des textes. C'est l'usage typographique qui s'impose lorsqu'on doit déterminer la longueur, les fins de lignes ainsi que le corps des caractères, le cas échéant (voir aussi la section 1.1, « Design »).

Emploi des corps

Le Tableau 1 indique comment les corps sont utilisés sur les articles. Par exemple, 9/7 sert à exprimer une signature de 9 points avec une adresse de 7 points.

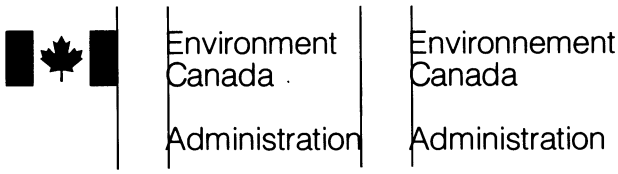
Table 1

	Type sizes	
	signature/address (points)	wordmark
Notepaper, complimentary slip and card	7/6, 8/7 or 9/8	25 mm
P5 letterhead and envelope	7/6 or 8/7	25 mm
P4 letterhead and No. 9 envelope	9/7 or 10/8	30 mm
Standard flats	10/8 or 12/10	40 or 45 mm

Tableau 1

	Corps	
	signature/address (points)	mot-symbole
Bloc-notes, feuille et carte d'accompagnement	7/6, 8/7 ou 9/8	25 mm
Papier à en-tête P5 et enveloppe	7/6 ou 8/7	25 mm
Papier à en-tête P4 et enveloppe n° 9	9/7 ou 10/8	30 mm
Enveloppes standard	10/8 ou 12/10	40 ou 45 mm

Fig. 6
Signature layout, 1 1/2 em spacing. Disposition de la signature, espace de 1 1/2 em.



Paper sizes The National Standard of Canada CAN/CGSB-9.60M, *Paper Sizes for Correspondence* applies. Sizes covered by this standard are designated P4 and P5 for letterhead paper, and P6 for notepaper and complimentary slips.

Paper sizes in this section are specified in metric measurements. Table 2 shows these measurements and the sizes which they replace.

Table 2

	Sizes	
	cm	inches
P4 letterhead	21.5 × 28.0	8 1/2 × 11
P5 letterhead	14.0 × 21.5	5 1/2 × 8 1/2
P6 notepaper and complimentary slip	10.7 × 14.0	4 1/4 × 5 1/2
Complimentary card	10.7 × 7.0	4 1/4 × 2 3/4
Calling card	9.0 × 5.0	3 1/2 × 2
Envelope No. 9	10.2 × 22.9	4 × 9
Envelope for P5 letterhead	11.4 × 14.9	4 1/2 × 5 7/8

Note: Sizes for complimentary cards and calling cards are not covered by a standard at present. The sizes for these items have been determined in view of their possible future inclusion in the National Standard.

Colours The colours of both paper and ink are specified for each item (see the detailed descriptions).

Ink colours

The standard colours are: Federal Identity Program (FIP) red, black, and reflex blue.

The following inks meet the requirements for FIP red:

- General Printing Ink, No. 0-712
- Inmont Canada Ltd., No. 4T51577
- Monarch Inks, No. 62539/0
- Sinclair and Valentine No. RL163929/0

Format du papier On en trouvera la description dans la norme nationale du Canada CAN/CGSB-9.60M intitulée *Formats de papier à lettres*. Cette norme s'applique notamment aux formats P4 et P5 du papier à en-tête et au format P6 des blocs-notes et des feuilles d'accompagnement.

Le lecteur notera que nous utilisons partout les mesures métriques. Le Tableau 2 indique les dimensions métriques et les formats qu'elles remplacent.

Tableau 2

	Formats	
	cm	pouces
Papier à en-tête P4	21,5 × 28,0	8 1/2 × 11
Papier à en-tête P5	14,0 × 21,5	5 1/2 × 8 1/2
Bloc-notes et feuille d'accompagnement P6	10,7 × 14,0	4 1/4 × 5 1/2
Carte d'accompagnement	10,7 × 7,0	4 1/4 × 2 3/4
Carte de visite	9,0 × 5,0	3 1/2 × 2
Enveloppe n° 9	10,2 × 22,9	4 × 9
Enveloppe pour papier à en-tête P5	11,4 × 14,9	4 1/2 × 5 7/8

Note: Le format des cartes d'accompagnement et de visite n'a pas encore été standardisé. Des formats ont été retenus en vue de leur inclusion éventuelle dans les normes nationales.

Couleurs Les couleurs du papier et de l'encre sont précisées pour chaque article (voir leur description).

Couleurs de l'encre d'imprimerie

Les couleurs standard sont: le rouge du Programme de coordination de l'image de marque (PCIM), le noir, et le bleu « reflex ».

Les encres suivantes répondent aux exigences concernant le rouge du PCIM:

- General Printing Ink n° 0-712
- Inmont Canada Ltée n° 4T51577
- Monarch Inks n° 62539/0
- Sinclair and Valentine n° RL163929/0

Recommended typing format

The recommended format for letterheads is the full block style, with minimum punctuation (**Fig. 7**). While it is recognized that this format may not be appropriate for all correspondence, its use is recommended for the following reasons:

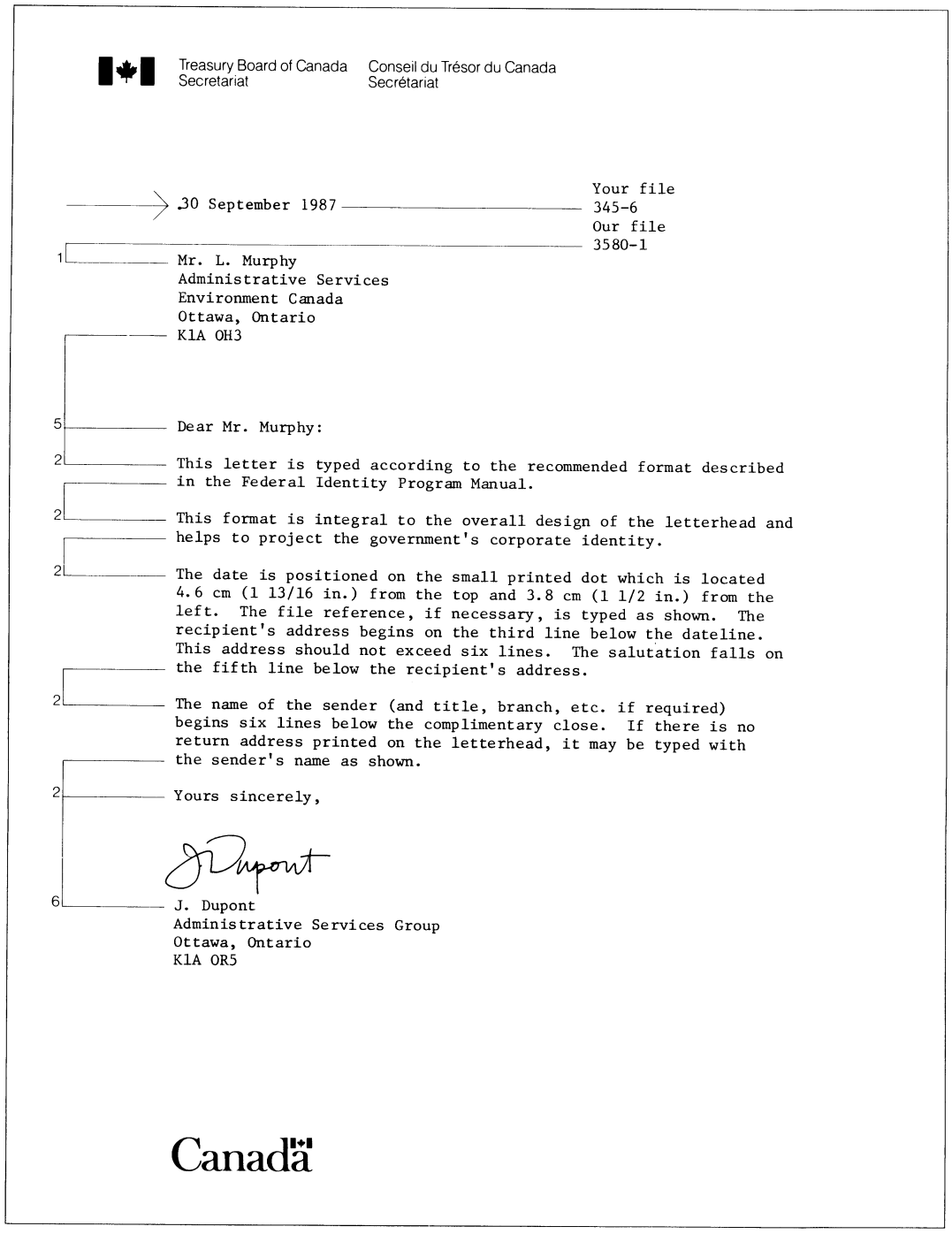
- the asymmetrical design of the federal signature is complemented by the full block style;
- it saves typing time; and
- it assists in the standardization of training procedures.

Disposition dactylographique recommandée

On recommande la disposition « carrée » pour l'en-tête, et la ponctuation libre, comme dans l'illustration (**Fig. 7**). Bien que cette disposition ne convienne pas à toute la correspondance, on la recommande pour les raisons suivantes:

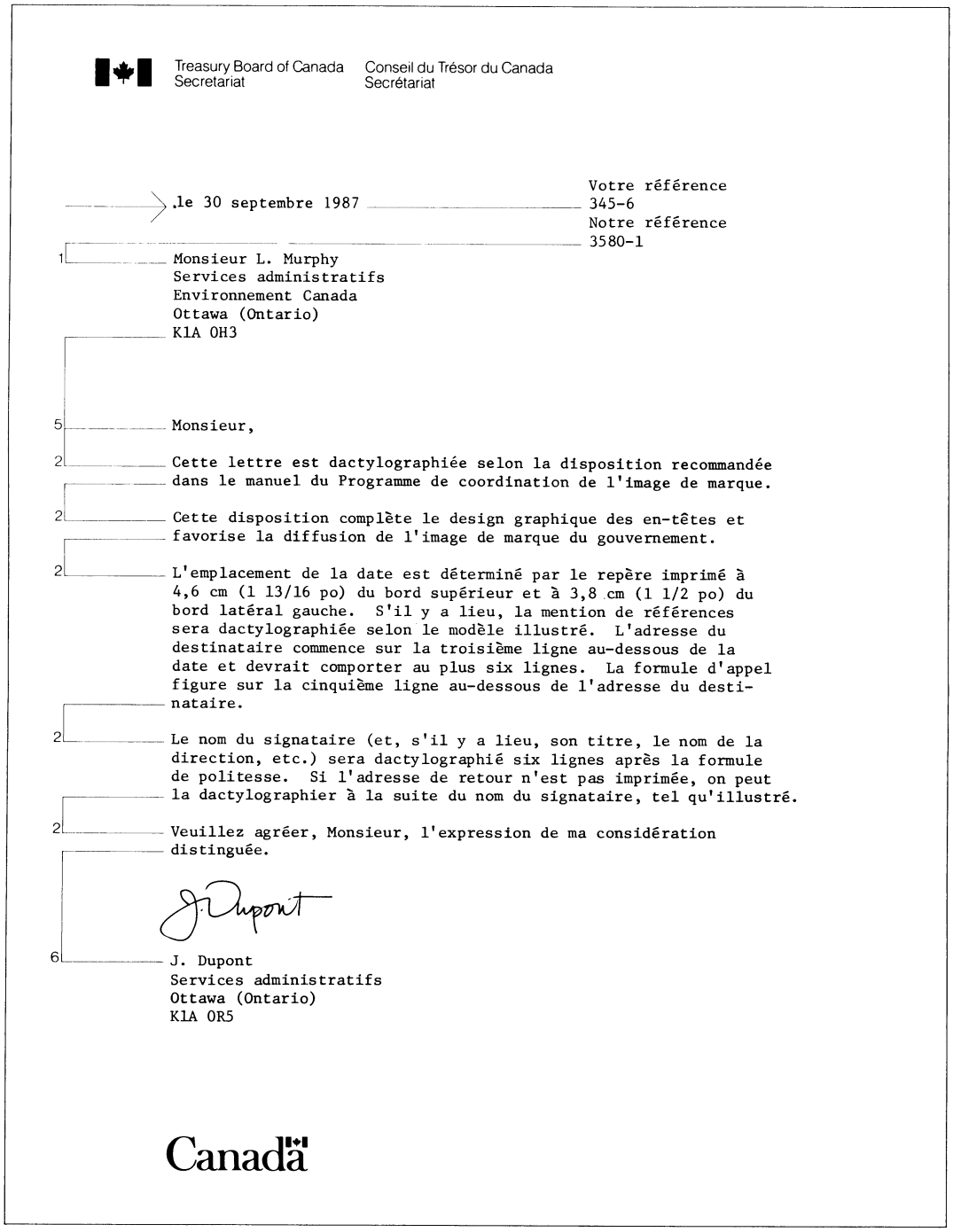
- elle complète la présentation asymétrique de la signature fédérale;
- elle économise du temps; et
- elle simplifie la formation des dactylos.

Fig. 7
Recommended typing format. Disposition dactylographique recommandée.


Treasury Board of Canada
Secretariat
Conseil du Trésor du Canada
Secrétariat
30 September 1987
Your file
345-6
Our file
3580-1
1
Mr. L. Murphy
Administrative Services
Environment Canada
Ottawa, Ontario
K1A OH3
5
Dear Mr. Murphy:
2
This letter is typed according to the recommended format described in the Federal Identity Program Manual.
2
This format is integral to the overall design of the letterhead and helps to project the government's corporate identity.
2
The date is positioned on the small printed dot which is located 4.6 cm (1 13/16 in.) from the top and 3.8 cm (1 1/2 in.) from the left. The file reference, if necessary, is typed as shown. The recipient's address begins on the third line below the dateline. This address should not exceed six lines. The salutation falls on the fifth line below the recipient's address.
2
The name of the sender (and title, branch, etc. if required) begins six lines below the complimentary close. If there is no return address printed on the letterhead, it may be typed with the sender's name as shown.
2
Yours sincerely,
6
J. Dupont
Administrative Services Group
Ottawa, Ontario
K1A OR5
Canada

The vertical position of the elements on a letterhead is not critical; however, it is recommended that the date line be placed on the printed alignment mark (dot). Nevertheless, when window envelopes are used, it follows that standardized vertical spacing must be employed.

La disposition verticale de la date et de l'adresse peut varier, sauf qu'on recommande que la date commence sur le point de repère imprimé. Toutefois, lorsqu'on utilise des enveloppes à fenêtre, on devrait utiliser un espacement vertical standard.

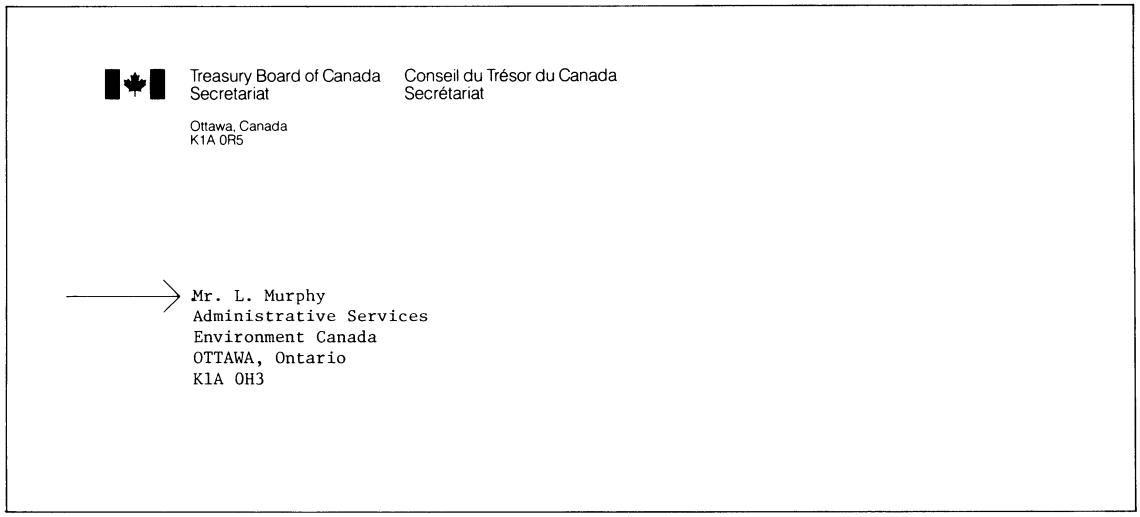

Treasury Board of Canada
Secretariat
Conseil du Trésor du Canada
Secrétariat
le 30 septembre 1987
Votre référence
345-6
Notre référence
3580-1
1
Monsieur L. Murphy
Services administratifs
Environnement Canada
Ottawa (Ontario)
K1A 0H3
5
Monsieur,
2
Cette lettre est dactylographiée selon la disposition recommandée dans le manuel du Programme de coordination de l'image de marque.
2
Cette disposition complète le design graphique des en-têtes et favorise la diffusion de l'image de marque du gouvernement.
2
L'emplacement de la date est déterminé par le repère imprimé à 4,6 cm (1 13/16 po) du bord supérieur et à 3,8 cm (1 1/2 po) du bord latéral gauche. S'il y a lieu, la mention de références sera dactylographiée selon le modèle illustré. L'adresse du destinataire commence sur la troisième ligne au-dessous de la date et devrait comporter au plus six lignes. La formule d'appel figure sur la cinquième ligne au-dessous de l'adresse du destinataire.
2
Le nom du signataire (et, s'il y a lieu, son titre, le nom de la direction, etc.) sera dactylographié six lignes après la formule de politesse. Si l'adresse de retour n'est pas imprimée, on peut la dactylographier à la suite du nom du signataire, tel qu'illustré.
2
Veuillez agréer, Monsieur, l'expression de ma considération distinguée.
6
J. Dupont
Services administratifs
Ottawa (Ontario)
K1A 0R5
Canada

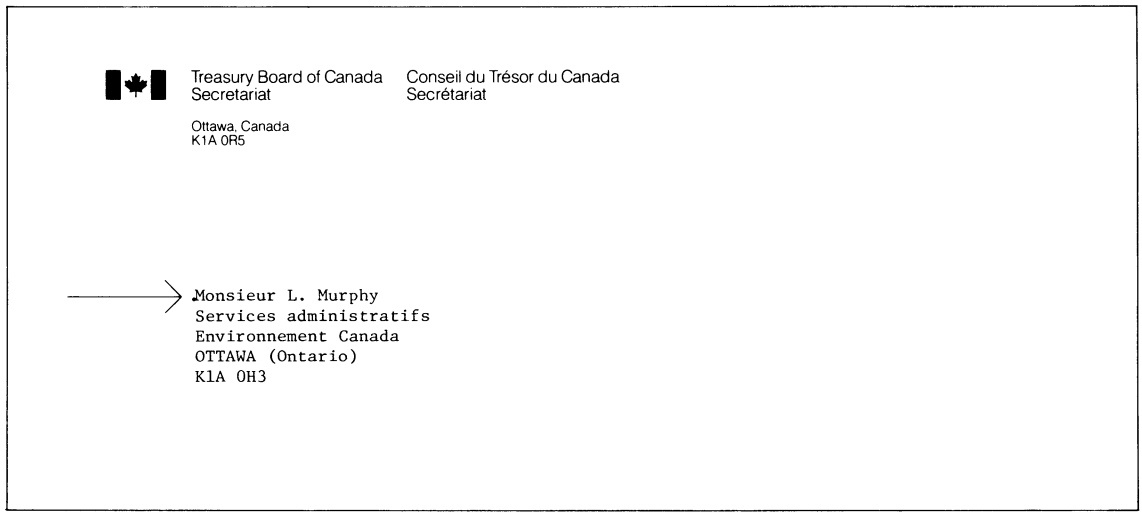
To conform to the *Canada Postal Standards*, the address on plain No. 9 envelopes should be typed commencing at the printed alignment mark (dot) which is located 5.9 cm (2 5/16 inches) from the top and 3.8 cm (1 1/2 inches) from the left edge of the envelope. This address should not exceed six lines **(Fig. 8)**.

Sur les enveloppes unies n° 9, le point imprimé situé à 5,9 cm (2 5/16 po) du bord supérieur de l'enveloppe et à 3,8 cm (1 1/2 po) du bord gauche sert de repère à la première ligne de l'adresse afin d'être conforme aux normes édictées dans l'ouvrage *Normes de Postes Canada*. L'adresse ne devrait pas comporter plus de six lignes **(Fig. 8)**.

Fig. 8
Format for typing of the address on envelopes.

Disposition dactylographique de l'adresse sur les enveloppes.





Letterheads

The illustrations and specifications for letterheads include the following elements whose use is **optional**: return address, file indicators, alignment mark indicating the position of the dateline, and fold marks.

Letterhead, P4 (Fig. 9)

Size: 21.5 x 28.0 cm

Typesetting: Helvetica light; 9 point signature with 7 point return address, or 10 point signature with 8 point return address; a blank line (equivalent to the type size of the signature) separates the signature from the return address.

File indicators: 6 point Helvetica light italics.

Alignment mark indicating position of the dateline: dot, 1 point in size.

Fold marks: 0.25 pt hairline, 1 pica in length.

Wordmark: 30 mm.

Paper:

- For use by deputy ministers, assistant deputy ministers, or positions of equal status: No. 2 bond, white, 75 g/m^2 or 90 g/m^2 (as specified).
- For general use: No. 7 bond, white, 60 g/m^2, 75 g/m^2 or 90 g/m^2 (as specified).

Ink colours: FIP red for the flag symbol and the flag in the wordmark; black for the type.

Reproduction: offset (litho).

CGSB specification: 6.100M.

Airmail letterhead, P4 (See figure 9)

Size: 21.5 x 28.0 cm

Typesetting: Helvetica light; 9 point signature with 7 point return address, or 10 point signature with 8 point return address; a blank line (equivalent to the type size of the signature) separates the signature from the return address.

File indicators: 6 point Helvetica light italics.

Alignment mark indicating position of the dateline: dot, 1 point in size.

Fold marks: 0.25 pt hairline, 1 pica in length.

Wordmark: 30 mm.

Paper: airmail bond, light blue, 38 g/m^2.

Ink colour: reflex blue.

Reproduction: offset (litho).

CGSB specification: 6.100M.

Papiers à en-tête

Les illustrations et les caractéristiques qui suivent incluent également les éléments **facultatifs** du papier à en-tête: l'adresse de retour, les références, le point repère de la date et les repères de pliage.

Papier à en-tête P4 (Fig. 9)

Format: 21,5 x 28,0 cm

Composition: Helvetica maigre; signature de 9 points avec adresse de retour de 7 points, ou signature de 10 points avec adresse de retour de 8 points. Une ligne de blanc (équivalente au corps de la signature) sépare la signature de l'adresse de retour.

Références: Helvetica maigre, italique, 6 points.

Point repère d'une grosseur de 1 point.

Repères de pliage: épaisseur de 0,25 point, longueur d'un pica.

Mot-symbole: 30 mm.

Papier:

- À l'usage des sous-ministres, sous-ministres adjoints, ou des titulaires de postes équivalents: bond n° 2, blanc, 75 g/m^2 ou 90 g/m^2 (selon les prescriptions).
- À tout usage: bond n° 7, blanc, 60 g/m^2, 75 g/m^2 ou 90 g/m^2 (selon les prescriptions).

Couleurs de l'encre: le rouge du PCIM pour le drapeau de la signature et celui du mot-symbole; le noir pour le caractère.

Procédé d'impression: l'offset (lithographie).

Spécification de l'ONGC: 6.100M.

Papier avion à en-tête P4 (Voir figure 9)

Format: 21,5 x 28,0 cm

Composition: Helvetica maigre; signature de 9 points avec adresse de retour de 7 points, ou signature de 10 points avec adresse de retour de 8 points. Une ligne de blanc (équivalente au corps de la signature) sépare la signature de l'adresse de retour.

Références: Helvetica maigre, italique, 6 points.

Point repère d'une grosseur de 1 point.

Repères de pliage: épaisseur de 0,25 point, longueur d'un pica.

Mot-symbole: 30 mm.

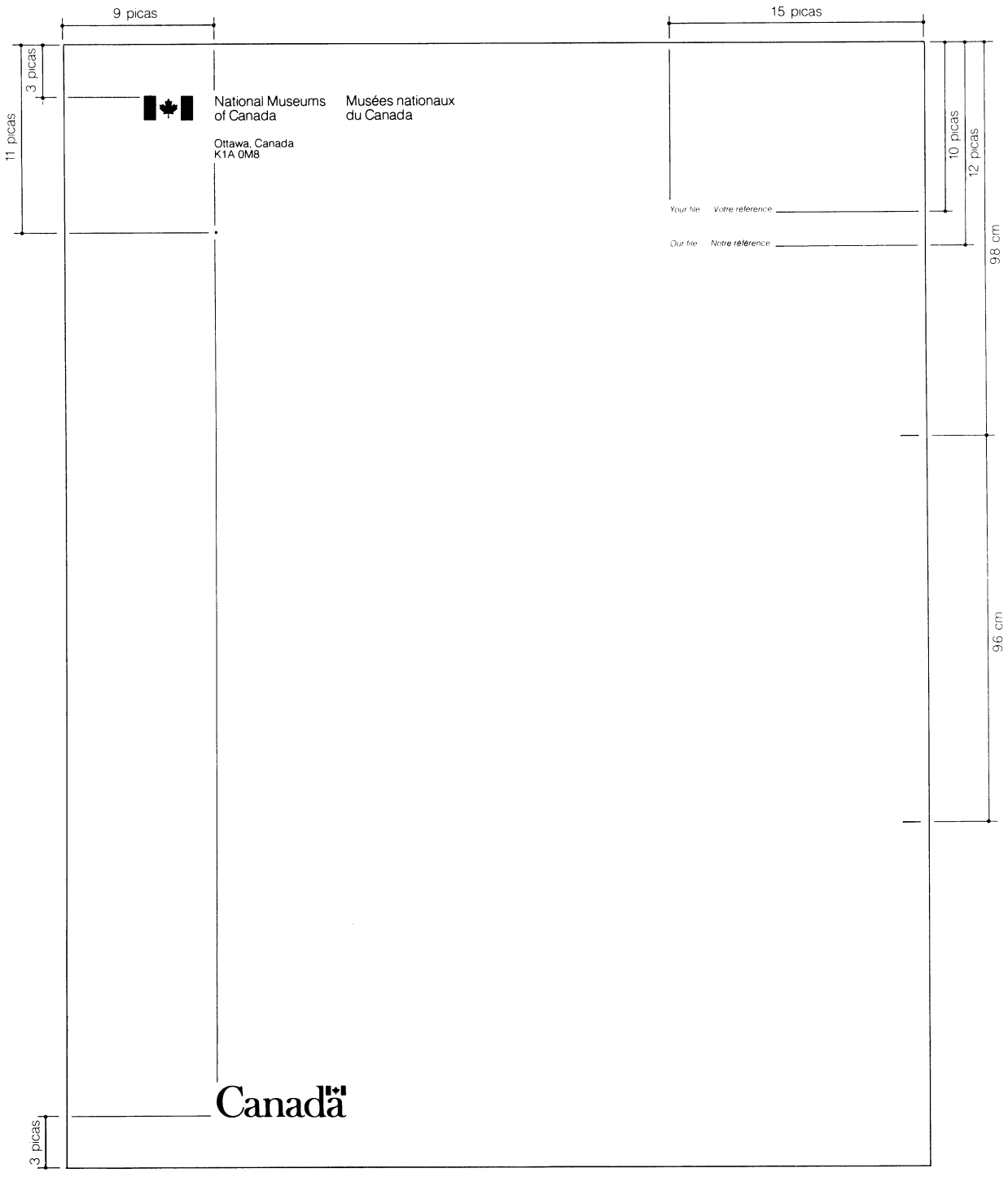
Papier: bond, poste aérienne, bleu pâle, 38 g/m^2.

Couleur de l'encre: le bleu « reflex ».

Procédé d'impression: l'offset (lithographie).

Spécification de l'ONGC: 6.100M.

Fig. 9
Letterhead, P4 Papier à en-tête P4



Letterhead, P5 (Fig. 10)

Size: 14.0 x 21.5 cm (This letterhead may be a folded P4 sheet or a single unfolded sheet as shown).

Typesetting: Helvetica light; 7 point signature with 6 point return address, or 8 point signature with 7 point return address; a blank line (equivalent to the type size of the signature) separates the signature from the return address.

Wordmark: 25 mm.

Paper: for use by deputy ministers, assistant deputy ministers, or positions of equal status: No. 2 bond, white, 75 g/m^2 or 90 g/m^2 (as specified).

Ink colours: FIP red for the flag symbol and the flag in the wordmark; black for the type.

Reproduction: offset (litho).

CGSB specification: 6.100M.

Papier à en-tête P5 (Fig. 10)

Format: 14,0 x 21,5 cm; ce papier à en-tête est soit une feuille P4 pliée en deux ou une demi-feuille, ainsi que le montre l'illustration.

Composition: Helvetica maigre; signature de 7 points avec adresse de retour de 6 points, ou signature de 8 points avec adresse de retour de 7 points. Une ligne de blanc (équivalente au corps de la signature) sépare la signature de l'adresse de retour.

Mot-symbole: 25 mm.

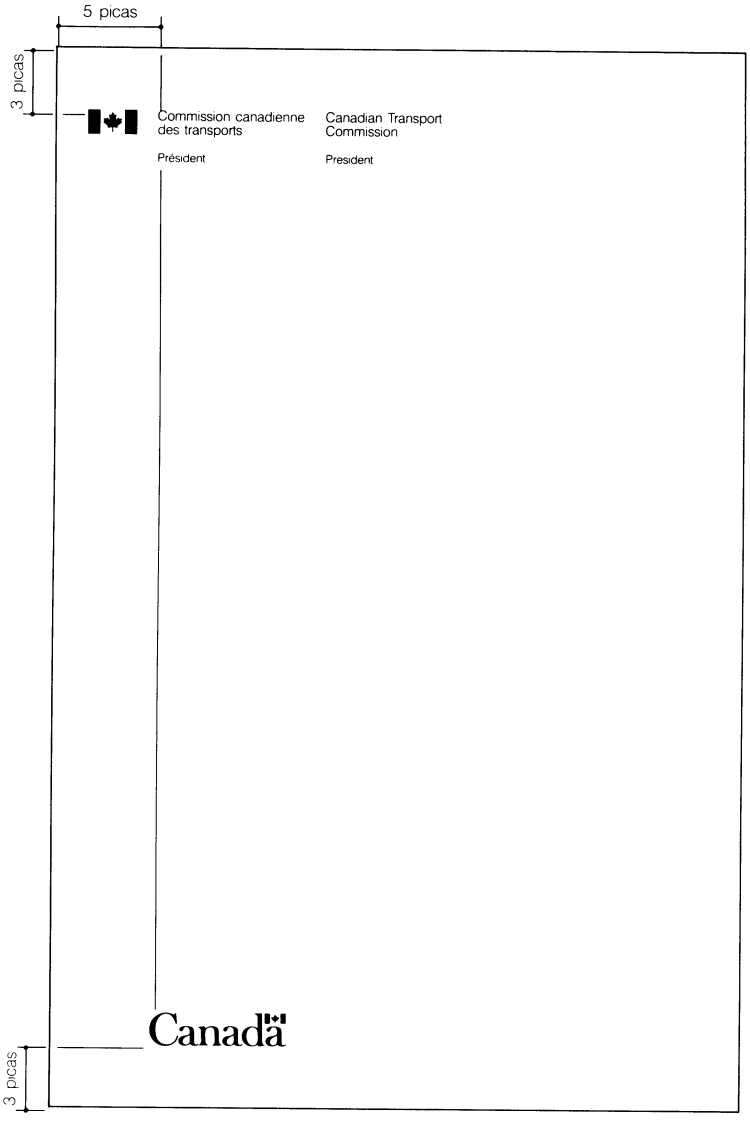
Papier: à l'usage des sous-ministres, sous-ministres adjoints, ou des titulaires de postes équivalents: bond n° 2, blanc, 75 g/m^2 ou 90 g/m^2 (selon les prescriptions).

Couleurs de l'encre: le rouge du PCIM pour le drapeau de la signature et celui du mot-symbole; le noir pour le caractère.

Procédé d'impression: l'offset (lithographie).

Spécification de l'ONGC: 6.100M.

Fig. 10
Letterhead, P5 Papier à en-tête P5



Envelopes

For reasons of space, only the No. 9 correspondence envelope is described here. Users of No. 10 envelopes should apply the same specifications as are shown for the No. 9 envelope.

The position of the signature and return address on envelopes has been calculated to be compatible with postal requirements (see the *Canada Postal Standards* for details).

Window envelope, No. 9 (Fig. 11)

Size: 10.2 x 22.9 cm

Typesetting: Helvetica light; 9 point signature with 7 point return address, or 10 point signature with 8 point return address; a blank line (equivalent to the type size of the signature) separates the signature from the return address.

Wordmark: 30 mm.

Paper: golden kraft, 75 g/m^2.

Ink colour: black.

Reproduction: offset (litho) or letterpress.

CGSB specification: 6.101M.

Enveloppes

Pour des raisons d'économie d'espace, nous ne décrivons ici que l'enveloppe n° 9. Les utilisateurs de l'enveloppe n° 10 devraient se conformer aux spécifications de l'enveloppe n° 9.

La disposition de la signature et de l'adresse de retour a été calculée de manière à respecter les exigences de Postes Canada (voir les *Normes de Postes Canada* pour plus de détails).

Enveloppe à fenêtre n° 9 (Fig. 11)

Format: 10,2 x 22,9 cm

Composition: Helvetica maigre; signature de 9 points avec adresse de retour de 7 points, ou signature de 10 points avec adresse de retour de 8 points. Une ligne de blanc (équivalente au corps de la signature) sépare la signature de l'adresse de retour.

Mot-symbole: 30 mm.

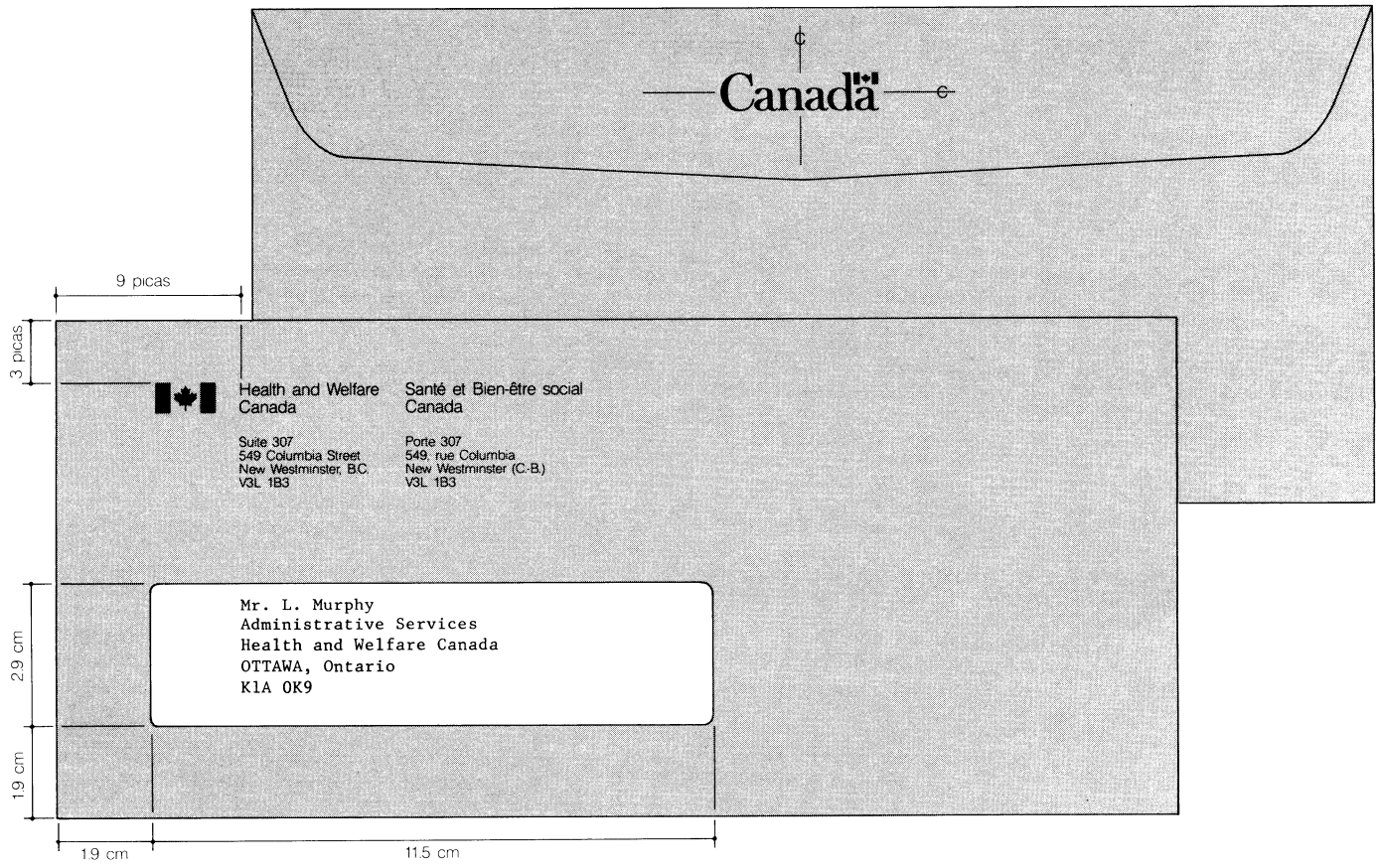
Papier: enveloppe kraft doré, 75 g/m^2.

Couleur de l'encre: le noir.

Procédé d'impression: l'offset (lithographie) ou la typographie.

Spécification de l'ONGC: 6.101M.

Fig. 11
Window envelope, No. 9 Enveloppe à fenêtre n° 9



Kraft envelope, No. 9 (Fig. 12)

Size: 10.2 x 22.9 cm

Typesetting: Helvetica light; 9 point signature with 7 point return address, or 10 point signature with 8 point return address; a blank line (equivalent to the type size of the signature) separates the signature from the return address.

Alignment mark indicating position of the typewritten address: dot, 1 point in size.

Wordmark: 30 mm.

Paper: golden kraft, 75 g/m^2.

Ink colour: black.

Reproduction: offset (litho) or letterpress.

CGSB specification: 6.101M.

Enveloppe papier kraft n° 9 (Fig. 12)

Format: 10,2 x 22,9 cm

Composition: Helvetica maigre; signature de 9 points avec adresse de retour de 7 points, ou signature de 10 points avec adresse de retour de 8 points. Une ligne de blanc (équivalente au corps de la signature) sépare la signature de l'adresse de retour.

Point repère d'une grosseur de 1 point.

Mot-symbole: 30 mm.

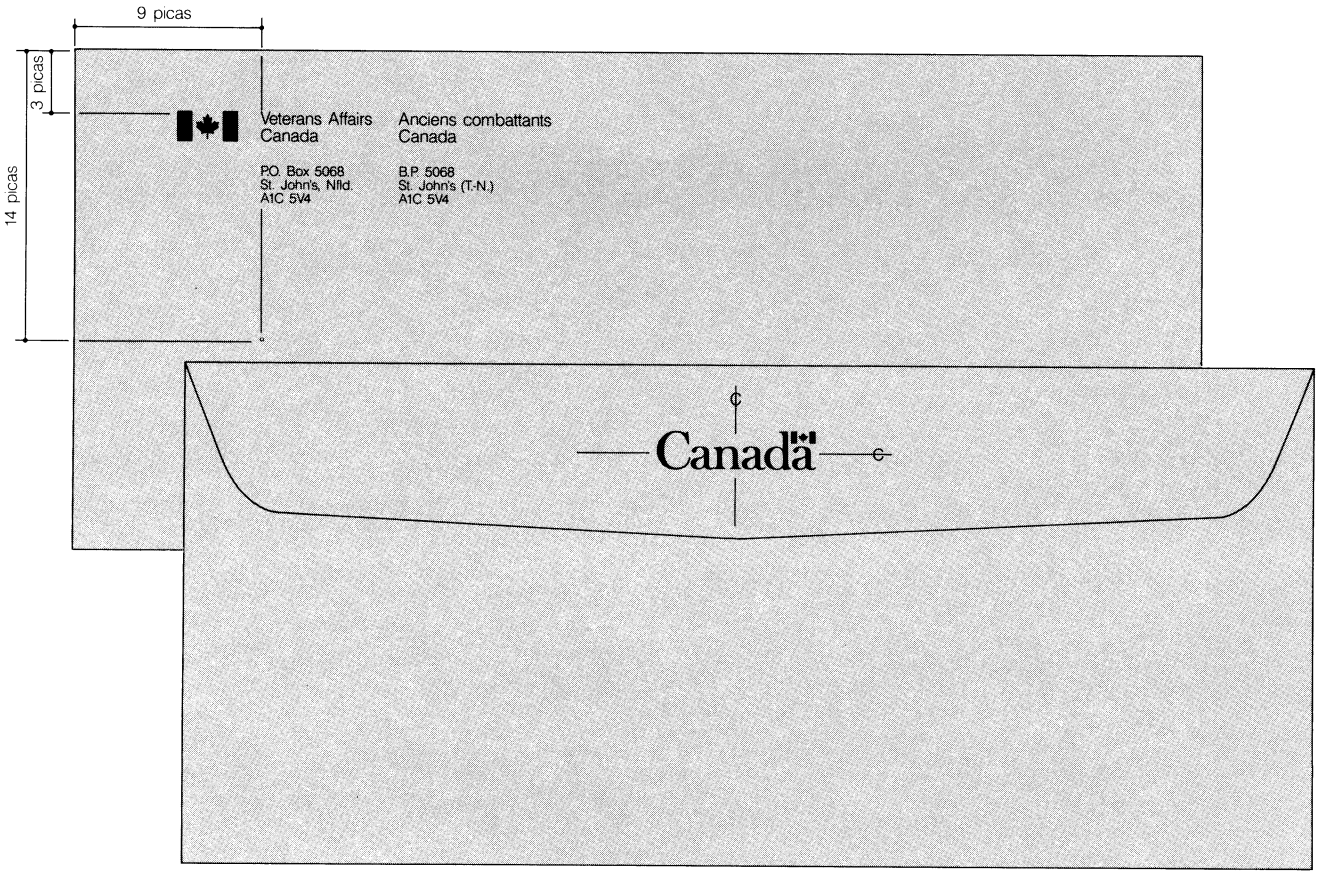
Papier: enveloppe kraft doré, 75 g/m^2.

Couleur de l'encre: le noir.

Procédé d'impression: l'offset (lithographie) ou la typographie.

Spécification de l'ONGC: 6.101M.

Fig. 12
Kraft envelope, No. 9 Enveloppe papier kraft n° 9



White envelope, No. 9 (Fig. 13)

Size: 10.2 x 22.9 cm

Typesetting: Helvetica light; 9 point signature with 7 point return address, or 10 point signature with 8 point return address; a blank line (equivalent to the type size of the signature) separates the signature from the return address.

Alignment mark indicating position of the typewritten address: dot, 1 point in size.

Wordmark: 30 mm.

Paper: for use by deputy ministers, assistant deputy ministers, or positions of equal status: No. 2 bond, white, 75 g/m^2 or 90 g/m^2 (as specified).

Ink colours: FIP red for the flag symbol and the flag in the wordmark; black for the type.

Reproduction: offset (litho) or letterpress.

CGSB specification: 6.101M.

Enveloppe blanche n° 9 (Fig. 13)

Format: 10,2 x 22,9 cm

Composition: Helvetica maigre; signature de 9 points avec adresse de retour de 7 points, ou signature de 10 points avec adresse de retour de 8 points. Une ligne de blanc (équivalente au corps de la signature) sépare la signature de l'adresse de retour.

Point repère d'une grosseur de 1 point.

Mot-symbole: 30 mm.

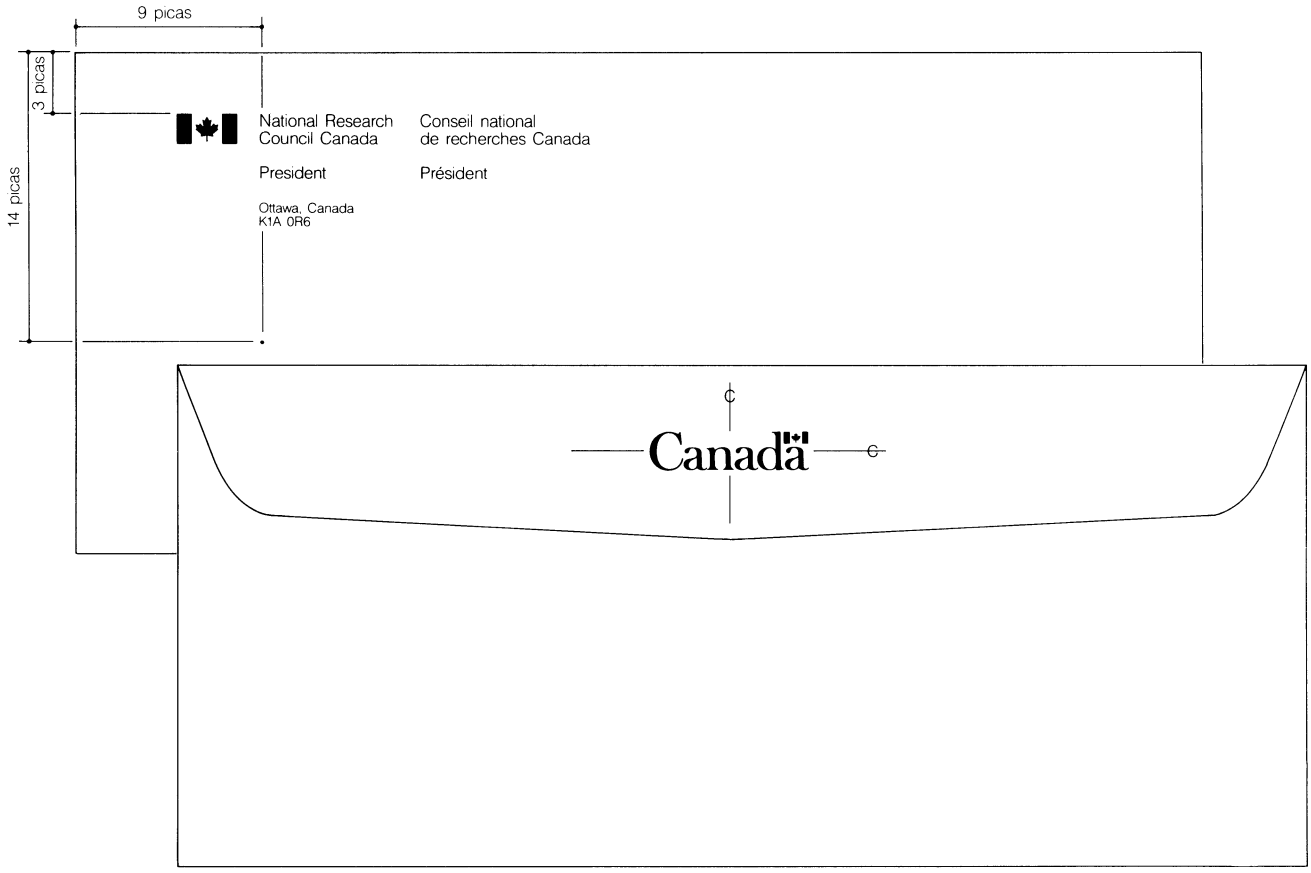
Papier: à l'usage des sous-ministres, sous-ministres adjoints, ou des titulaires de postes équivalents: bond n° 2, blanc, 75 g/m^2 ou 90 g/m^2 (selon les prescriptions).

Couleurs de l'encre: le rouge du PCIM pour le drapeau de la signature et celui du mot-symbole; le noir pour le caractère.

Procédé d'impression: l'offset (lithographie) ou la typographie.

Spécification de l'ONGC: 6.101M.

Fig. 13
White envelope, No. 9 Enveloppe blanche n° 9



Envelope for P5 letterhead (Fig. 14)

Size: 11.4 x 14.9 cm

Typesetting: Helvetica light; 7 point signature with 6 point return address, or 8 point signature with 7 point return address; a blank line (equivalent to the type size of the signature) separates the signature from the return address.

Alignment mark indicating position of the typewritten address: dot, 1 point in size.

Wordmark: 25 mm.

Paper: for use by deputy ministers, assistant deputy ministers, or positions of equal status: No. 2 bond, white, 75 g/m^2 or 90 g/m^2 (as specified).

Ink colours: FIP red for the flag symbol and the flag in the wordmark; black for the type.

Reproduction: offset (litho) or letterpress.

CGSB specification: 6.101M.

Enveloppe pour papier à en-tête P5 (Fig. 14)

Format: 11,4 x 14,9 cm

Composition: Helvetica maigre; signature de 7 points avec adresse de retour de 6 points, ou signature de 8 points avec adresse de retour de 7 points. Une ligne de blanc (équivalente au corps de la signature) sépare la signature de l'adresse de retour.

Point repère d'une grosseur de 1 point.

Mot-symbole: 25 mm.

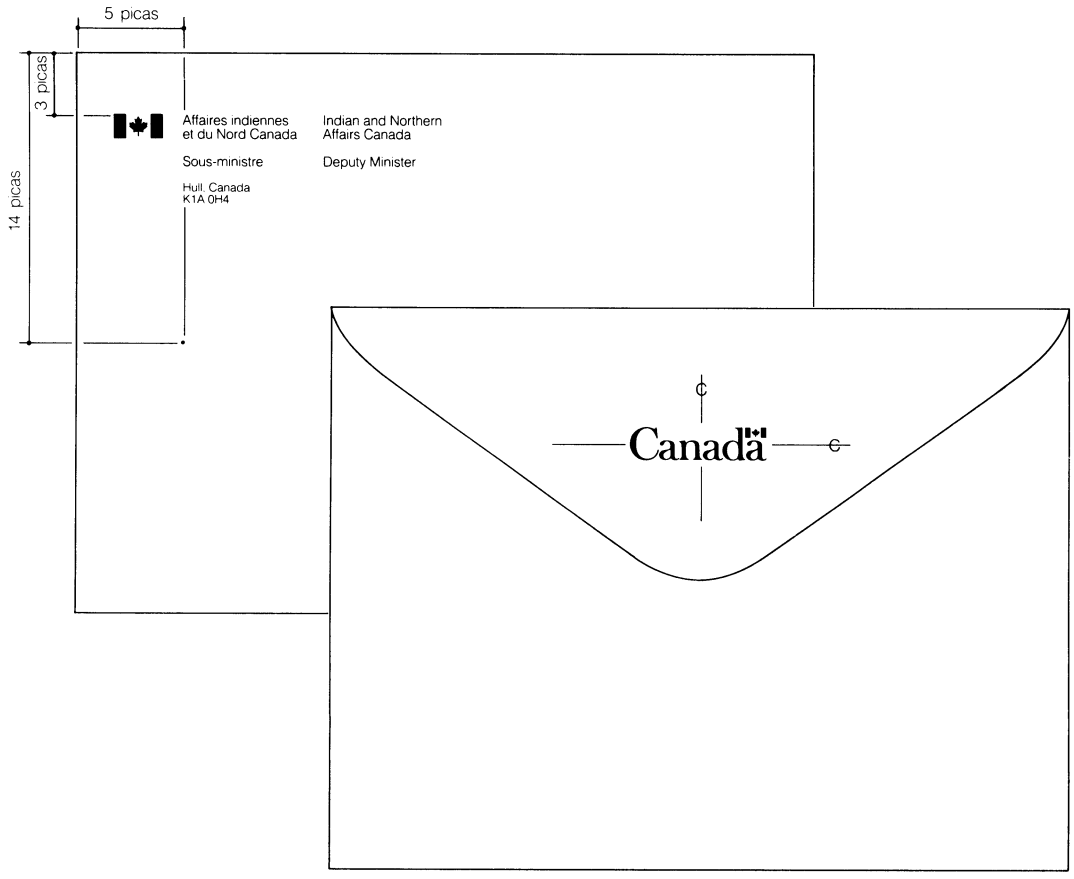
Papier: à l'usage des sous-ministres, sous-ministres adjoints, ou des titulaires de postes équivalents: bond n° 2, blanc, 75 g/m^2 ou 90 g/m^2 (selon les prescriptions).

Couleurs de l'encre: le rouge du PCIM pour le drapeau de la signature et celui du mot-symbole; le noir pour le caractère.

Procédé d'impression: l'offset (lithographie) ou la typographie.

Spécification de l'ONGC: 6.101M.

Fig. 14
Envelope for P5 letterhead Enveloppe pour papier à en-tête P5



Airmail envelope, No. 9 (Fig. 15)

Size: 10.2 x 22.9 cm

Typesetting: Helvetica light; 9 point signature with 7 point return address, or 10 point signature with 8 point return address; a blank line (equivalent to the type size of the signature) separates the signature from the return address; 20 points for the words "Air Mail Par avion".

Alignment mark indicating position of the typewritten address: dot, 1 point in size.

Wordmark: 30 mm.

Border: the design consisting of sloping bars appears on the front and back of the envelope. It should not extend more than 0.6 cm from the edges of the envelope.

Paper: airmail envelope, light blue, 60 g/m^2.

Ink colour: reflex blue.

Reproduction: offset (litho) or letterpress.

CGSB specification: 6.101M.

Enveloppe avion n° 9 (Fig. 15)

Format: 10,2 x 22,9 cm

Composition: Helvetica maigre; signature de 9 points avec adresse de retour de 7 points, ou signature de 10 points avec adresse de retour de 8 points; une ligne de blanc (équivalente au corps de la signature) sépare la signature de l'adresse de retour; les mots « Par avion Air Mail »: 20 points.

Point repère d'une grosseur de 1 point.

Mot-symbole: 30 mm.

Bordure: une bordure de barres obliques apparaît au recto et au verso de l'enveloppe. Sa largeur ne devrait pas dépasser 0,6 cm, à partir du bord de l'enveloppe.

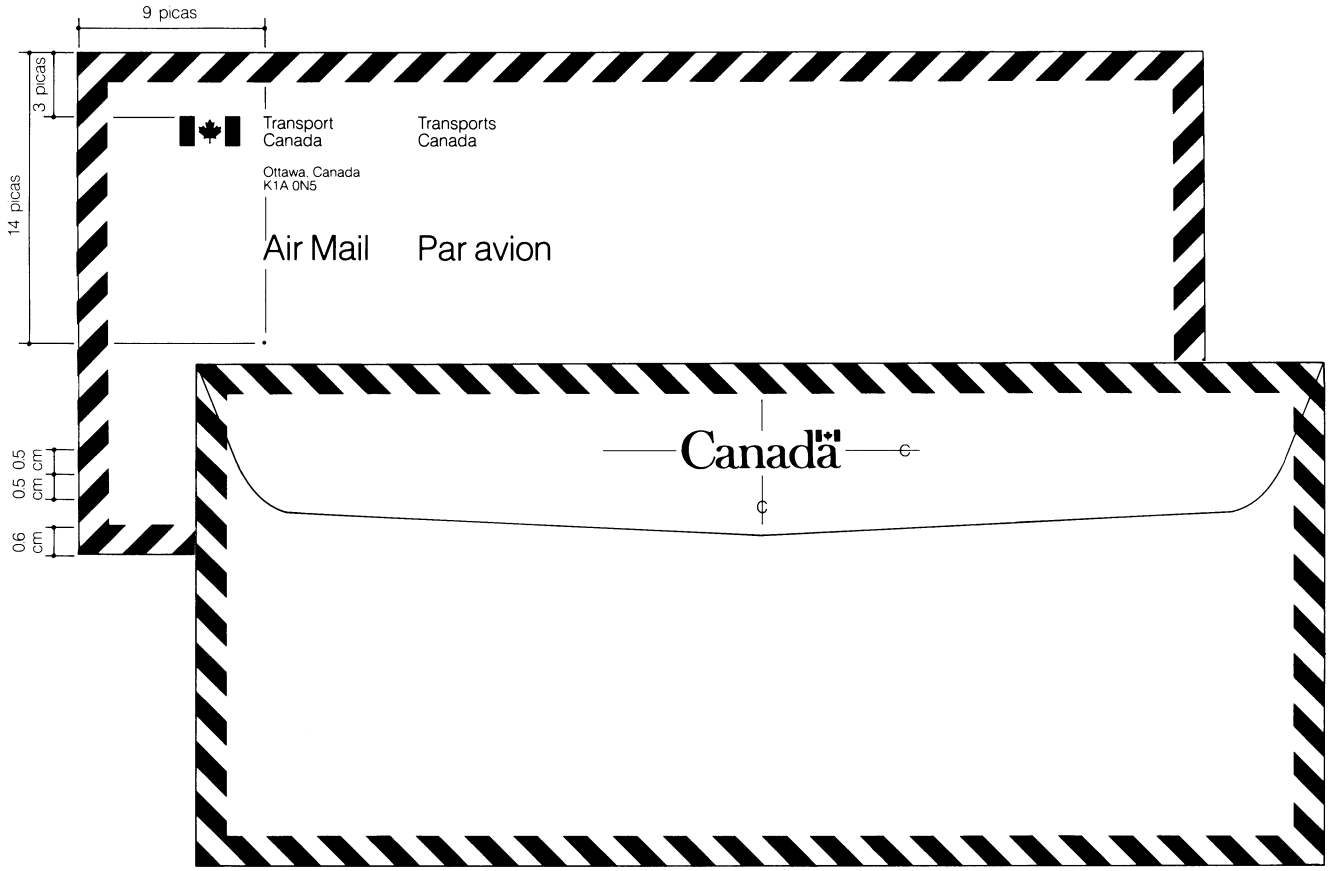
Papier: enveloppe, poste aérienne, bleu pâle, 60 g/m^2.

Couleur de l'encre: le bleu « reflex ».

Procédé d'impression: l'offset (lithographie) ou la typographie.

Spécification de l'ONGC: 6.101M.

Fig. 15
Airmail envelope, No. 9 Enveloppe avion n° 9



Envelopes, standard flats

These envelopes are rectangular in profile and may be used for mailing large size documents. Their size may exceed 15.2 cm (6 inches) in height and 19.0 cm (7 1/2 inches) in width but shall not exceed 27.0 cm (10 5/8 inches) in height and 38.0 cm (15 inches) in width.

The type sizes referred to in the specifications should be used relative to the size of the envelope; i.e. a 10 point signature with 40 mm wordmark are used for the smaller sizes and a 12 point signature with 45 mm wordmark for the larger. All printing shall appear parallel to the longest dimension of the envelope.

Standard flats (Fig. 16)

Size: various.

Typesetting: Helvetica regular; 10 point signature with 8 point return address, or 12 point signature with 10 point return address; a blank line (equivalent to the type size of the signature) separates the signature from the return address.

Wordmark: 40 or 45 mm.

Paper: golden kraft; 75 g/m^2 for envelopes that do not exceed 19.0 x 27.0 cm; and 90 g/m^2 for envelopes larger than 19.0 x 27.0 cm.

Ink colour: black.

Reproduction: offset (litho) or letterpress.

CGSB specification: 6.11.

Enveloppes standard, effets plats

Ces enveloppes, de forme rectangulaire, servent à poster des documents de grande dimension. Leur format peut dépasser 15,2 cm (6 po) de largeur sur 19,0 cm (7 1/2 po) de longueur, mais ne doit toutefois pas excéder 27,0 cm (10 5/8 po) sur 38,0 cm (15 po).

Les corps à utiliser varient en fonction du format de l'enveloppe: une signature de 10 points et un mot-symbole de 40 mm servent aux formats les moins grands, et une signature de 12 points et un mot-symbole de 45 mm, aux plus grands. L'inscription sera imprimée dans le sens de la longueur.

Enveloppes standard (Fig. 16)

Format: divers.

Composition: Helvetica normal; signature de 10 points avec adresse de retour de 8 points, ou signature de 12 points avec adresse de retour de 10 points. Une ligne de blanc (équivalente au corps de la signature) sépare la signature de l'adresse de retour.

Mot-symbole: 40 ou 45 mm.

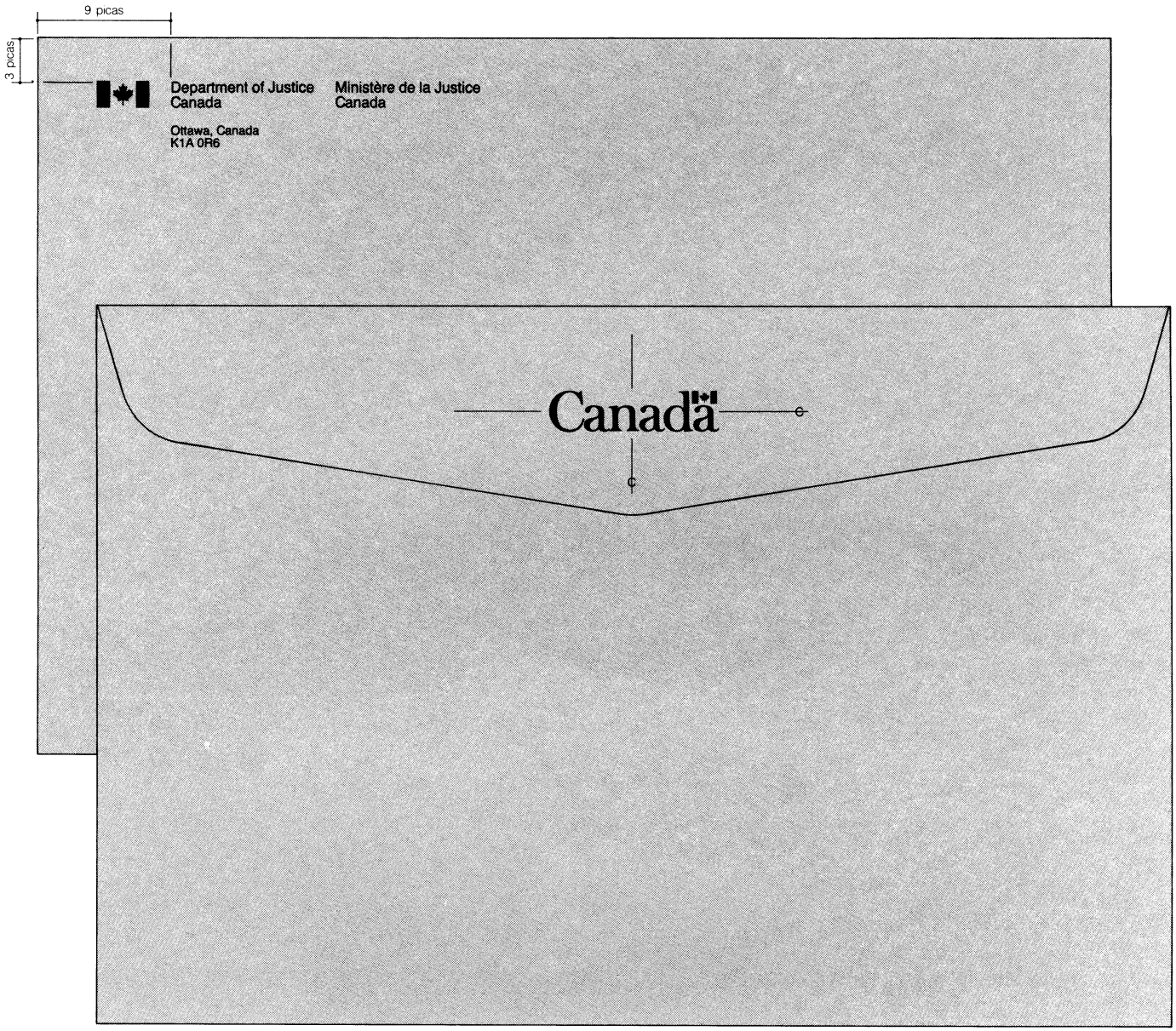
Papier: enveloppe kraft doré; 75 g/m^2 pour les formats qui ne dépassent pas 19,0 x 27,0 cm; et 90 g/m^2 pour ceux qui excèdent 19,0 x 27,0 cm.

Couleur de l'encre: le noir.

Procédé d'impression: l'offset (lithographie) ou la typographie.

Spécification de l'ONGC: 6.11.

Fig. 16
Envelope, standard flat Enveloppe standard, effet plat



Notepaper

Notepaper, P6 (Fig. 17)

Size: 10.7 x 14.0 cm

Typesetting: 7, 8 or 9 point Helvetica light; the largest type size possible should be used, but no type should extend beyond a 3 pica margin at the right edge of the paper.

Wordmark: 25 mm.

Paper: No. 7 bond, white, 60 g/m^2, 75 g/m^2 or 90 g/m^2 (as specified).

Ink colours: FIP red for the flag symbol and the flag in the wordmark; black for the type.

Reproduction: offset (litho).

CGSB specification: 6.112M.

Blocs-notes

Bloc-notes P6 (Fig. 17)

Format: 10,7 x 14,0 cm

Composition: Helvetica maigre; 7, 8 ou 9 points; on utilise la force de corps la plus grande possible, en laissant toutefois une marge de 3 picas du côté droit de la feuille.

Mot-symbole: 25 mm.

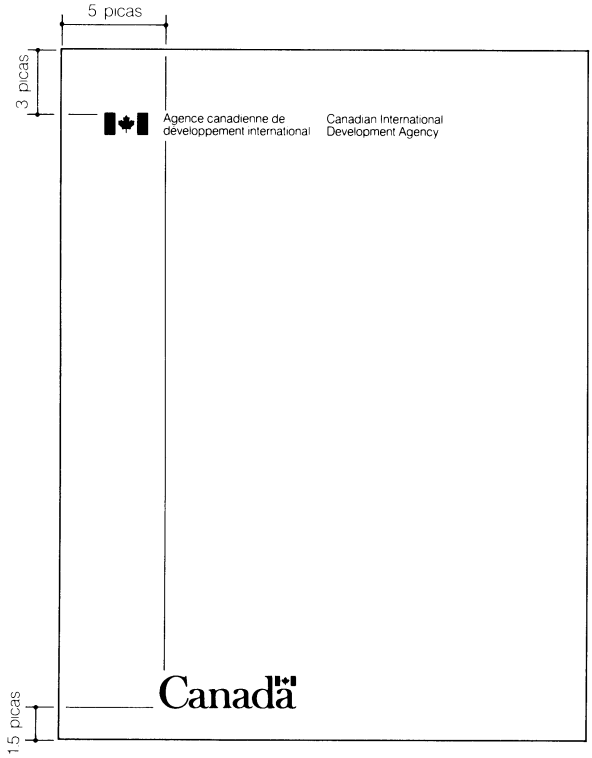
Papier: bond n° 7, blanc, 60 g/m^2, 75 g/m^2 ou 90 g/m^2 (selon les prescriptions).

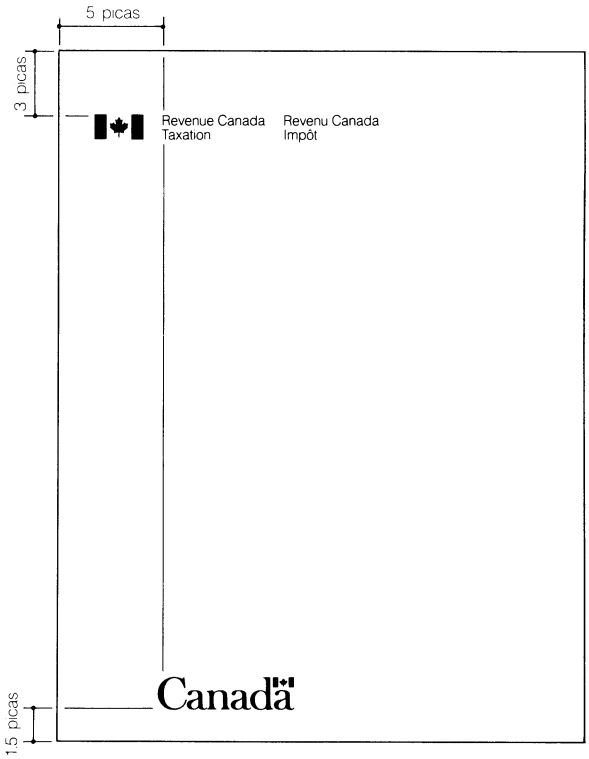
Couleurs de l'encre: le rouge du PCIM pour le drapeau de la signature et celui du mot-symbole; le noir pour le caractère.

Procédé d'impression: l'offset (lithographie).

Spécification de l'ONGC: 6.112M.

Fig. 17
Notepaper, P6 Bloc-notes P6





Complimentary slips and cards

The format for general use provides space for the sender's signature. The inclusion of names, titles or addresses by pre-printing is optional (see the examples).

Complimentary slip, P6 (Fig. 18)

Size: 10.7 x 7.0 cm when folded (10.7 x 14.0 cm when flat)

Typesetting: Helvetica light; 7, 8 or 9 point for signature and text (except as below); the largest type size possible should be used, but no type should extend beyond a 3 pica margin at the right edge of the paper.

Name: 12 point.

Letters following the name (e.g. degrees or memberships): 10 point.

Return address: 6, 7 or 8 point (this size should be 1 point smaller than the size used in the signature).

Wordmark: 25 mm.

Paper:

- For use by deputy ministers, assistant deputy ministers, or positions of equal status: No. 2 bond, white, 75 g/m^2 or 90 g/m^2 (as specified).
- For general use: No. 7 bond, white, 60 g/m^2, 75 g/m^2 or 90 g/m^2 (as specified).

Ink colours: FIP red for the flag symbol and the flag in the wordmark; black for the type.

Reproduction: offset (litho).

CGSB specification: 6.102M.

Feuilles et cartes d'accompagnement

Le format servant à tous les usages prévoit une place pour la signature de l'expéditeur. L'inclusion de noms, de titres ou d'adresses imprimés à l'avance est facultative (voir les illustrations).

Feuille d'accompagnement P6 (Fig. 18)

Format: 10,7 x 7,0 cm pliée (10,7 x 14,0 cm ouverte).

Composition: Helvetica maigre; 7, 8 ou 9 points pour la signature et l'inscription (sauf pour les éléments décrits ci-dessous); on utilise le corps le plus grand possible, en laissant toutefois une marge de 3 picas du côté droit de la feuille.

Nom: 12 points.

Initiales qui suivent le nom (par exemple, les diplômes ou les associations professionnelles): 10 points.

Adresse de retour: 6, 7 ou 8 points (ce corps devrait avoir 1 point de moins que celui de la signature).

Mot-symbole: 25 mm.

Papier:

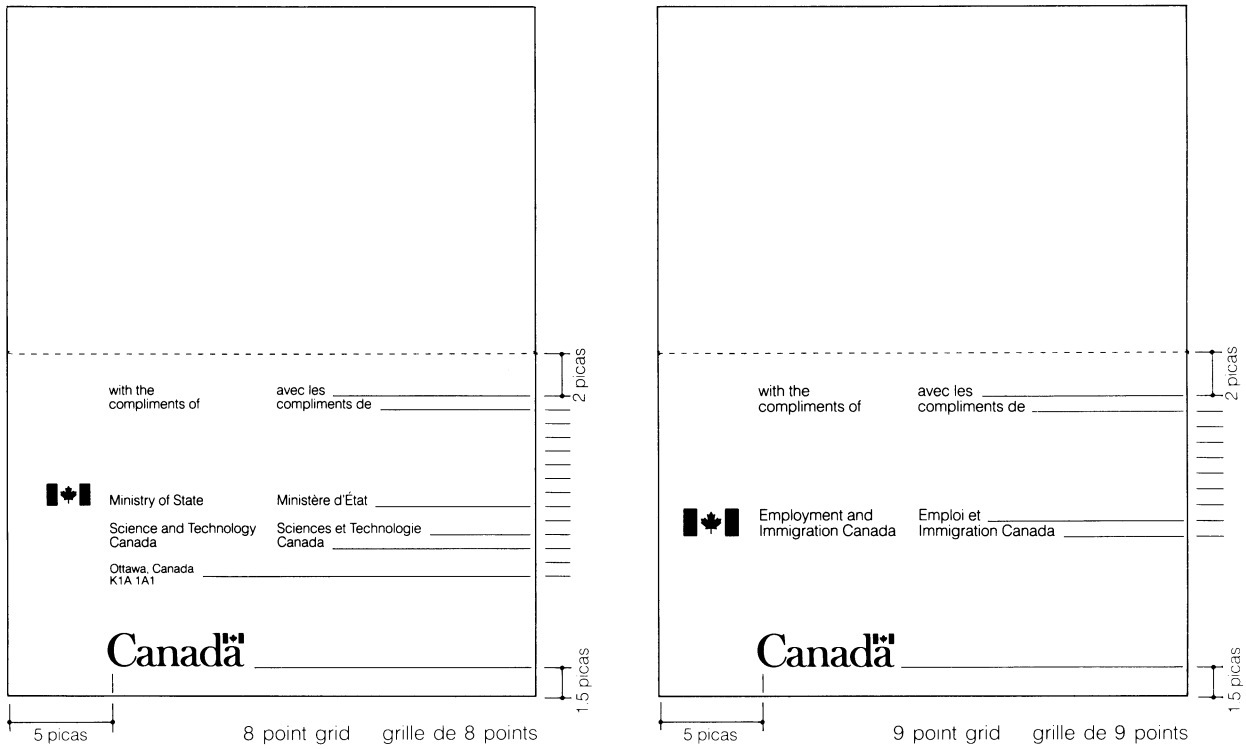
- À l'usage des sous-ministres, sous-ministres adjoints, ou des titulaires de postes équivalents: bond n° 2, blanc, 75 g/m^2 ou 90 g/m^2 (selon les prescriptions).
- À tout usage: bond n° 7, blanc, 60 g/m^2, 75 g/m^2 ou 90 g/m^2 (selon les prescriptions).

Couleurs de l'encre: le rouge du PCIM pour le drapeau de la signature et celui du mot-symbole; le noir pour le caractère.

Procédé d'impression: l'offset (lithographie).

Spécification de l'ONGC: 6.102M.

Fig. 18
Complimentary slip, P6 Feuille d'accompagnement P6



Complimentary card (Fig. 19)

Size: 10.7 x 7.0 cm

Typesetting: Helvetica light; 7, 8 or 9 point for signature and text (except as below); the largest type size possible should be used, but no type should extend beyond a 3 pica margin at the right edge of the paper.

Name: 12 point.

Letters following the name (e.g. degrees or memberships): 10 point.

Return address: 6, 7 or 8 point (this size should be 1 point smaller than the size used in the signature).

Wordmark: 25 mm.

Paper: stationery bristol, premium, bright-white, kid finish, 230 g/m^2.

Ink colours: FIP red for the flag symbol and the flag in the wordmark; black for the type.

Reproduction: offset (litho).

CGSB specification: 6.103M.

Carte d'accompagnement (Fig. 19)

Format: 10,7 x 7,0 cm

Composition: Helvetica maigre; 7, 8 ou 9 points pour la signature et l'inscription (sauf pour les éléments décrits ci-dessous); on utilise le corps le plus grand possible, en laissant toutefois une marge de 3 picas du côté droit de la carte.

Nom: 12 points.

Initiales qui suivent le nom (par exemple, les diplômes ou les associations professionnelles): 10 points.

Adresse de retour: 6, 7 ou 8 points (ce corps devrait avoir 1 point de moins que celui de la signature).

Mot-symbole: 25 mm.

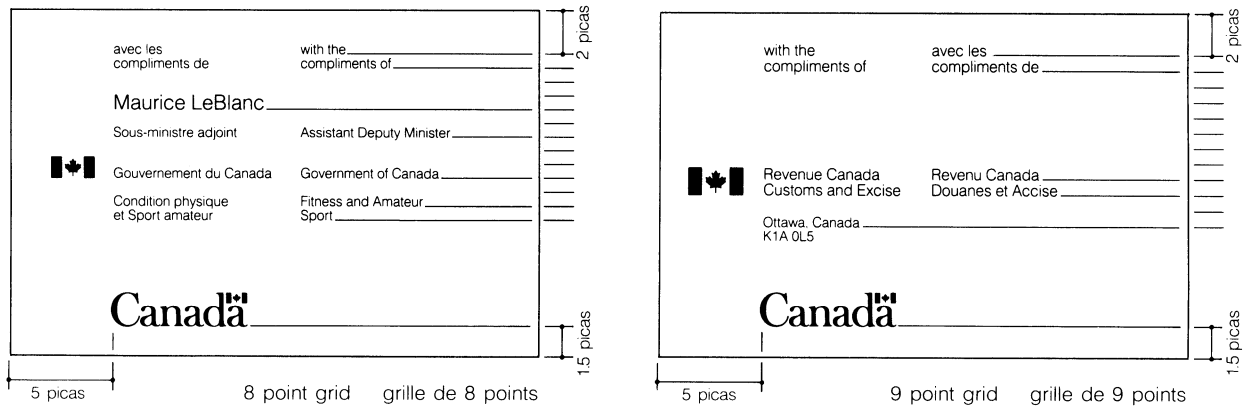
Papier: bristol de papeterie, supérieur, blanc-brillant, fini chevreau, 230 g/m^2.

Couleurs de l'encre: le rouge du PCIM pour le drapeau de la signature et celui du mot-symbole; le noir pour le caractère.

Procédé d'impression: l'offset (lithographie).

Spécification de l'ONGC: 6.103M.

Fig. 19
Complimentary card Carte d'accompagnement



Calling cards

General requirements In addition to the federal signature and the wordmark, a calling card bears the individual's name and title or function. Optional information includes: address, telephone and telex numbers, cable address, university degrees, decorations, professional memberships and the like.

Choice of cards
Four types of cards have been designed, offering a choice in the presentation of the two official languages and accommodating texts of varying length. Users may choose one of these types depending on their requirements. The four types (F-1, F-2, F-3 and F-4) are shown in **Fig. 20**. A detailed description of each type is set out below.

Some individuals need calling cards only occasionally. For them, it is more economical for an organization to hold a stock of cards which supply the general information and have a blank space for the user's name. The user would, at need, add his or her name by hand or by typewriter.

Technical requirements

Sizes:
- Cards F-1, F-2 and F-3: 9.0 x 5.0 cm;
- Card F-4: 9.0 x 5.0 cm when folded (9.0 x 8.6 cm when flat).

Layout
The layout is based on a grid of typographic measurements. The three grids are intended to accommodate texts of varying length. Normally the 7 point grid is suitable but 6 or 8 point grids may be used for longer or shorter text. Any one of the grids may be used with each type of card; generally, the largest possible type size should be selected, subject to a minimum margin of 1.5 pica at the right edge of the card.

Normally, each block of information (e.g. title, address, and telephone number) should be separated by one blank line. However, to save space, the blank line between address and telephone number may be omitted.

Typesetting: Helvetica light; 6, 7 or 8 point, according to the length of the text.

Name: 11 point.

Letters following the name (e.g. degrees or memberships): 9 point.

The telephone area code is set in italics.

Wordmark: 23 mm.

Paper:
- Cards F-1, F-2 and F-3: stationery bristol, premium, bright-white, plate finish, 219 g/m^2.
- Card F-4: No. 1 offset paper, white, 178 g/m^2.

Ink colours: FIP red for the flag symbol and the flag in the wordmark; black for the type.

Reproduction: offset (litho).

CGSB specification: 6.104M.

Cartes de visite

Exigences générales Outre la signature fédérale et le mot-symbole, une carte de visite comporte le nom de la personne de même que son titre ou sa fonction. Les autres renseignements facultatifs sont notamment: l'adresse, les numéros de téléphone et de télex, l'adresse télégraphique, une mention des titres universitaires, les décorations, les associations professionnelles dont l'intéressé est membre, etc.

Choix de modèles
Il existe quatre modèles de cartes conçues pour des textes de longueur variable et pour différentes dispositions des deux langues officielles. Les utilisateurs peuvent choisir un de ces modèles, selon leurs besoins. Les quatre modèles (F-1, F-2, F-3 et F-4) sont présentés à la **Fig. 20**. On trouvera ci-après une description détaillée de chaque modèle.

Afin de fournir, d'une manière économique, des cartes de visite aux employés qui n'en ont besoin qu'à l'occasion, il est suggéré à l'organisme d'en faire imprimer un certain nombre comportant, outre une formule assez générale, un espace réservé à l'inscription, à la main ou à la machine, du nom de l'usager.

Exigences techniques

Formats:
- Cartes F-1, F-2 et F-3: 9,0 x 5,0 cm;
- Carte F-4: 9,0 x 5,0 cm pliée (9,0 x 8,6 cm ouverte).

Disposition
La disposition repose sur des grilles dont l'unité de mesure est empruntée à la typographie. Trois grilles ont été conçues pour convenir à des textes de longueur variable. On utilise normalement la grille de 7 points, mais il est recommandé de se servir de celle de 6 points pour les textes longs et de celle de 8 points pour les textes courts. N'importe laquelle de ces grilles convient à chaque modèle de carte; en général, il est suggéré d'employer la force de corps la plus grande possible, en laissant une marge minimale de 1,5 pica du côté droit de la carte.

Normalement, il faut laisser une ligne de blanc entre chaque bloc de texte, par exemple le titre, l'adresse et le numéro de téléphone. Cependant, pour économiser de l'espace, on peut omettre la ligne de blanc entre l'adresse et le numéro de téléphone.

Composition: Helvetica maigre; 6, 7 ou 8 points, selon la longueur du texte.

Nom: 11 points.

Initiales qui suivent le nom (par exemple, les diplômes ou les associations professionnelles): 9 points.

Indicatif téléphonique régional: en italique.

Mot-symbole: 23 mm.

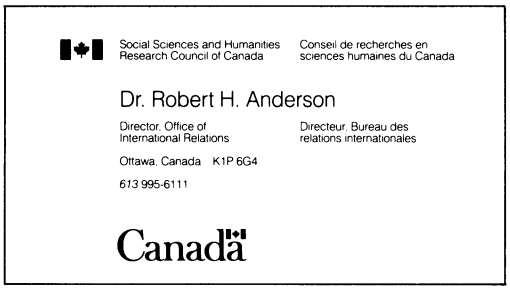
Papier:
- Cartes F-1, F-2 et F-3: bristol de papeterie, supérieur, blanc-brillant, fini au laminoir, 219 g/m^2.
- Carte F-4: offset n^o 1, blanc, 178 g/m^2.

Couleurs de l'encre: le rouge du PCIM pour le drapeau de la signature et celui du mot-symbole; le noir pour le caractère.

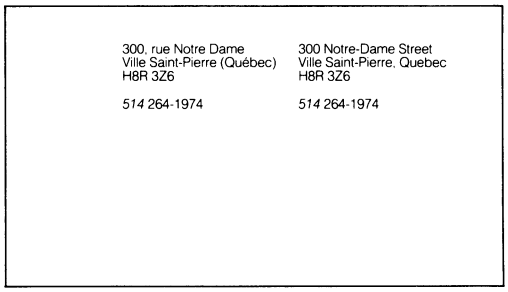
Procédé d'impression: l'offset (lithographie).

Spécification de l'ONGC: 6.104M.

Fig. 20
Four types of calling cards. Quatre modèles de cartes de visite.

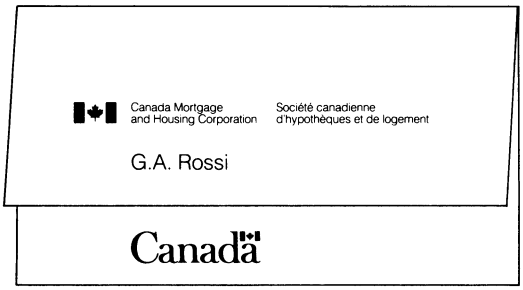

Social Sciences and Humanities Research Council of Canada
Conseil de recherches en sciences humaines du Canada
Dr. Robert H. Anderson
Director, Office of International Relations
Directeur, Bureau des relations internationales
Ottawa, Canada K1P 6G4
613 995-6111
Canada

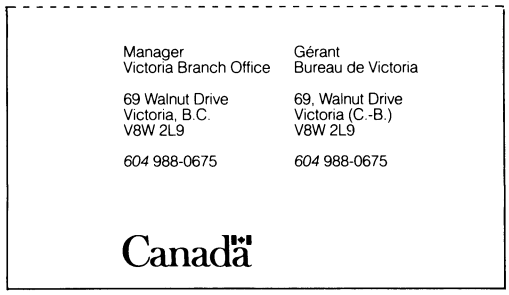
F-1



F-2

F-3





F-4

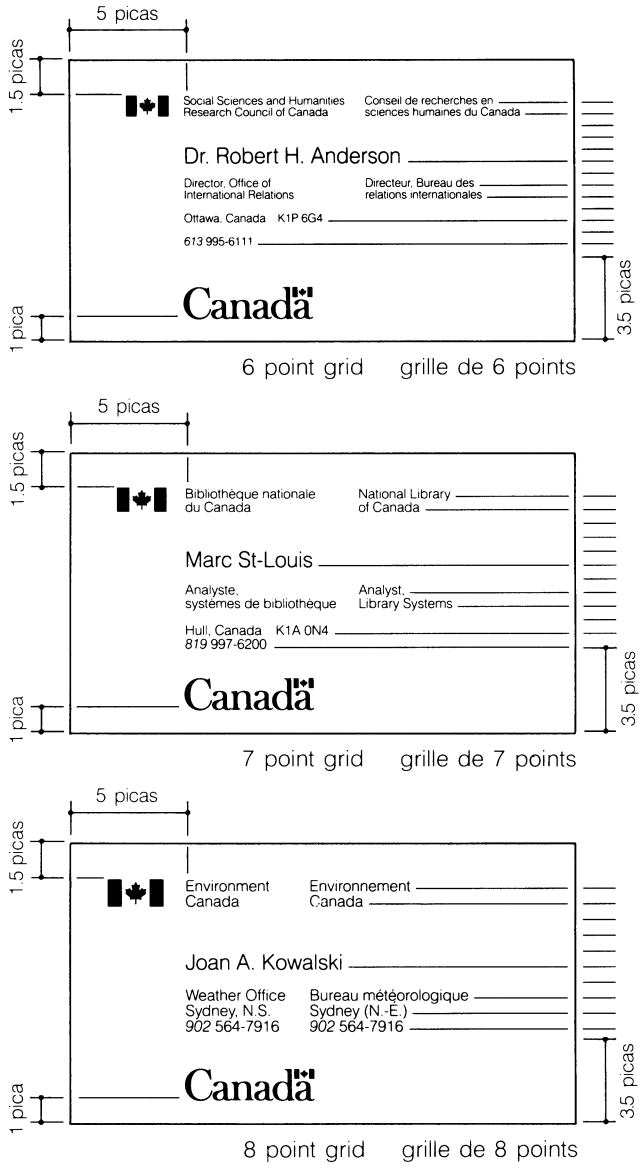
Card F-1

This card is printed on one side only, presenting the two official languages side by side. To contain all of this information on one side, the text must be concise and layouts should use a minimum number of lines; e.g. the postal code could appear on the same line as the place name and the blank line preceding the telephone number could be omitted (**Fig. 21**).

Carte F-1

Cette carte n'est imprimée que sur une seule face, les deux langues officielles y figurant côte à côte. Pour que tous les renseignements puissent y figurer sur une seule face, le texte doit être concis et disposé sur un nombre minimal de lignes. Ainsi, le code postal peut figurer sur la même ligne que le nom de la localité, et on peut omettre la ligne de blanc précédant le numéro de téléphone (**Fig. 21**).

Fig. 21
F-1 card Carte F-1



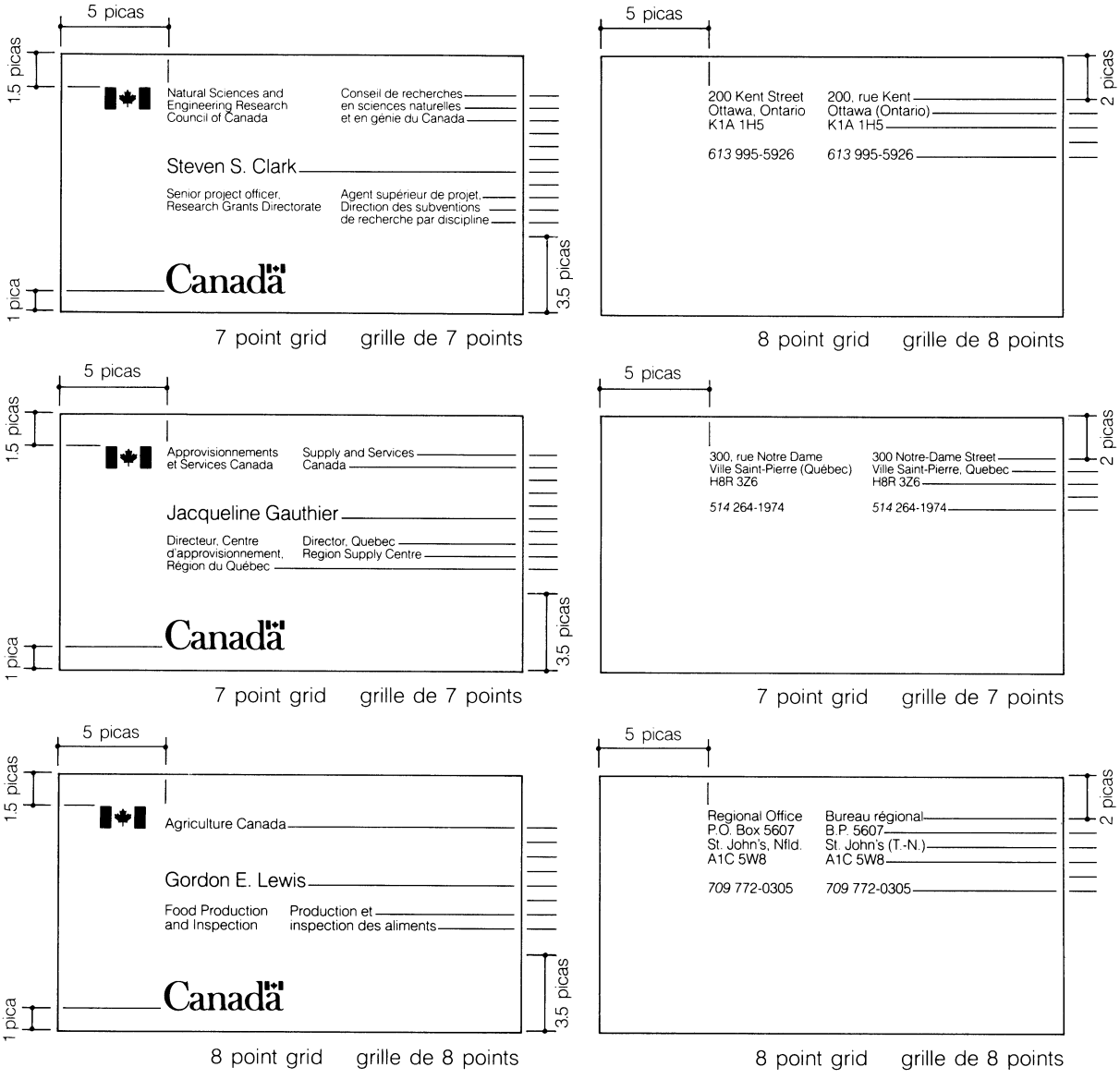
Card F-2

This card is printed recto-verso, with the two official languages appearing side by side. The face of the card bears the federal signature, the name and title of the individual and the "Canada" wordmark. The reverse of the card bears the optional information **(Fig. 22)**.

Carte F-2

Cette carte est imprimée recto verso, les deux langues officielles y figurant côte à côte. Sur le recto apparaissent la signature fédérale, le nom du titulaire et sa fonction, ainsi que le mot-symbole « Canada ». Les renseignements facultatifs figurent au verso **(Fig. 22)**.

Fig. 22
F-2 card Carte F-2


5 picas
1.5 picas
1 pica
3.5 picas
Natural Sciences and Engineering Research Council of Canada
Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada
Steven S. Clark
Senior project officer, Research Grants Directorate
Agent supérieur de projet, Direction des subventions de recherche par discipline
Canada
7 point grid grille de 7 points
5 picas
2 picas
200 Kent Street Ottawa, Ontario K1A 1H5
200, rue Kent Ottawa (Ontario) K1A 1H5
613 995-5926
613 995-5926
8 point grid grille de 8 points
Approvisionnements et Services Canada
Supply and Services Canada
Jacqueline Gauthier
Directeur, Centre d'approvisionnement, Région du Québec
Director, Quebec Region Supply Centre
300, rue Notre Dame Ville Saint-Pierre (Québec) H8R 3Z6
300 Notre-Dame Street Ville Saint-Pierre, Quebec H8R 3Z6
514 264-1974
514 264-1974
Agriculture Canada
Gordon E. Lewis
Food Production and Inspection
Production et inspection des aliments
Regional Office P.O. Box 5607 St. John's, Nfld. A1C 5W8
Bureau régional B.P. 5607 St. John's (T.-N.) A1C 5W8
709 772-0305
709 772-0305

Card F-3

This card is printed recto-verso. Both sides bear the bilingual federal signature and the "Canada" wordmark. The English text appears on one side and the French text on the reverse of the card. The order of the official languages in the signature is determined by the language of the text used on each side **(Fig. 23)**.

Carte F-3

Cette carte est imprimée recto verso. La signature fédérale bilingue et le mot-symbole « Canada » figurent sur les deux faces. Le texte français figure sur l'une des faces et le texte anglais, au verso. L'ordre de préséance des langues officielles de la signature dépend de la langue dans laquelle figure le texte **(Fig. 23)**.

Fig. 23
F-3 card Carte F-3

Card F-4

This folded card serves a dual purpose, i.e. a calling card or a name tag. The two official languages appear side by side. The federal signature and the individual's name are printed on the cover of the card. The "Canada" wordmark and the text are printed on the inside. Generally, the individual's title is printed on the inside of the card; if specifically requested, the title may be placed below the name on the cover **(Fig. 24)**.

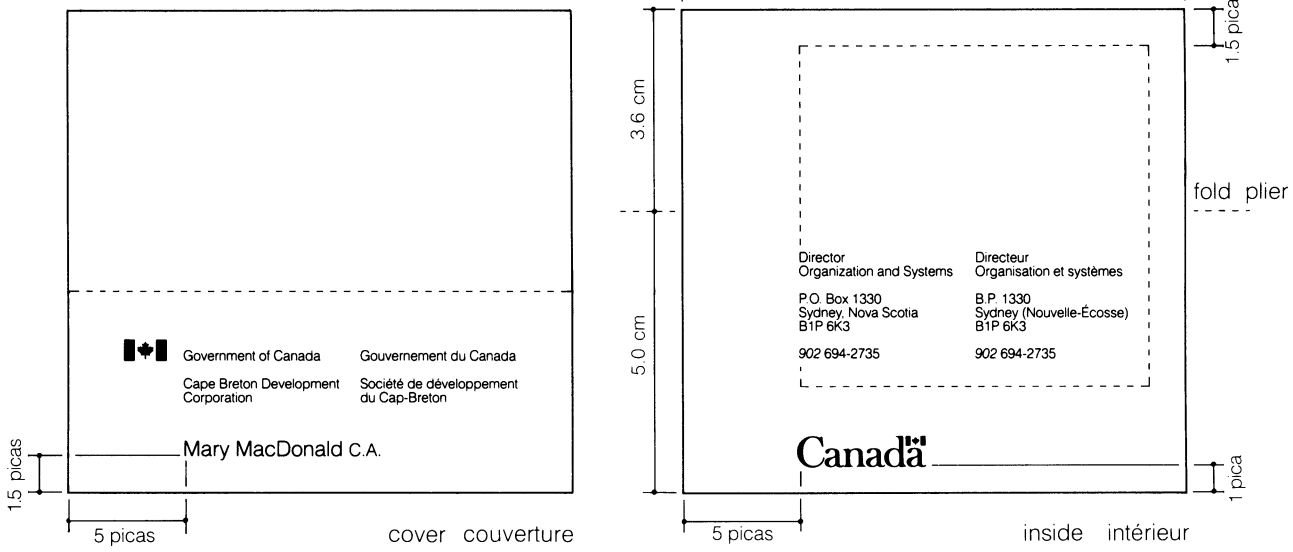
This calling card format is also suitable to accommodate braille.

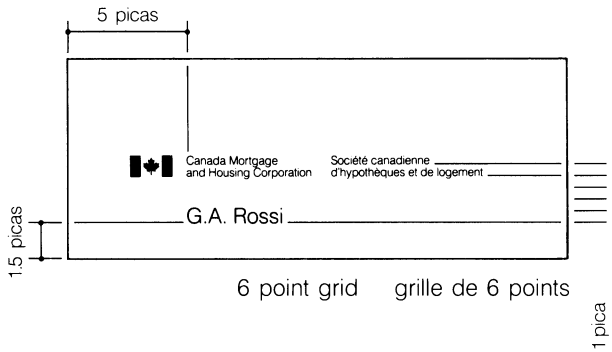
Carte F-4

Cette carte pliante est conçue pour remplir deux fonctions: celle de carte de visite et celle d'insigne d'identité. Les deux langues officielles apparaissent côte à côte. La signature fédérale et le nom de la personne ne figurent que sur le dessus, l'intérieur étant réservé au mot-symbole « Canada » et au reste du texte. Normalement, le titre du titulaire figure à l'intérieur; si on le demande expressément, le titre peut figurer en-dessous du nom sur le dessus de la carte **(Fig. 24)**.

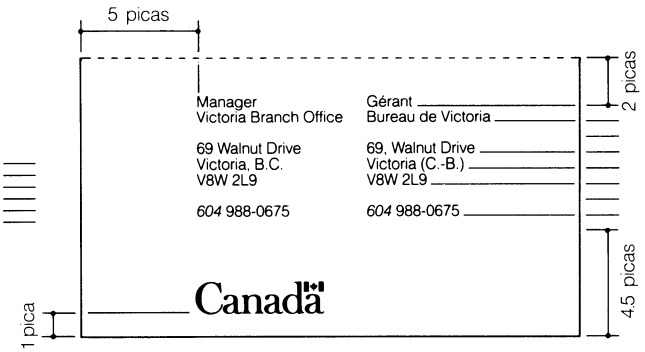
Ce modèle de carte est aussi convenable lorsqu'on emploie le braille.

Fig. 24
F-4 card Carte F-4

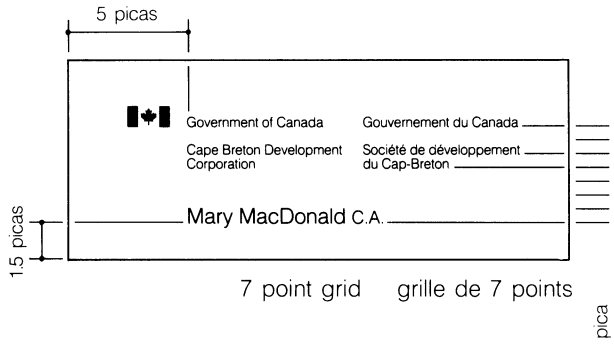




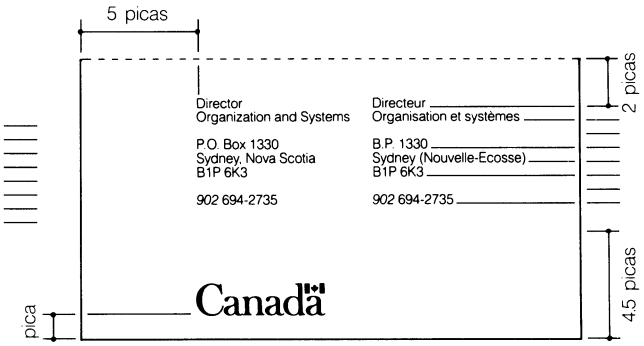
6 point grid grille de 6 points



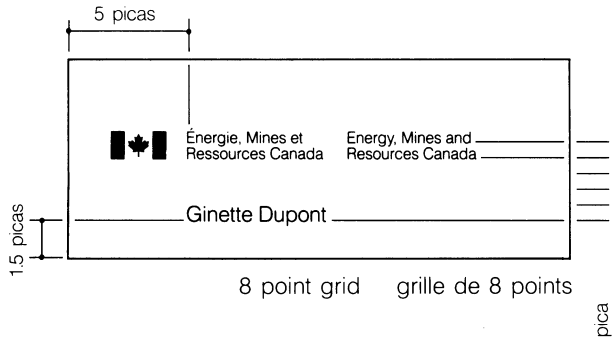
8 point grid grille de 8 points



7 point grid grille de 7 points



7 point grid grille de 7 points



8 point grid grille de 8 points

7 point grid grille de 7 points

Special symbols or messages

Symbols Chapter 470 sets out the policy on the use of special symbols. When authorized in accordance with that policy, a special symbol may be applied on the back of envelopes in the manner illustrated (**Fig. 25**).

Messages FIP policy prohibits the printing of special symbols on stationery items such as letterhead and notepaper; however, a brief message may be included in support of a major program or event. When such a message has been adopted, it may be applied on a letterhead in the manner illustrated (**Fig. 26**).

Symboles ou messages spéciaux

Symboles L'utilisation des symboles spéciaux est exposée au chapitre 470 de la politique. Lorsque cela est autorisé en conformité de la politique, un symbole spécial peut être apposé au verso des enveloppes de la façon indiquée (**Fig. 25**).

Messages La politique relative au PCIM interdit l'impression de symboles spéciaux sur les articles de papeterie comme le papier à en-tête et les blocs-notes; toutefois, un court message peut y figurer pour appuyer un programme ou un événement important. Dans les cas où un tel message a été adopté, il peut être apposé sur le papier à en-tête de la façon indiquée (**Fig. 26**).

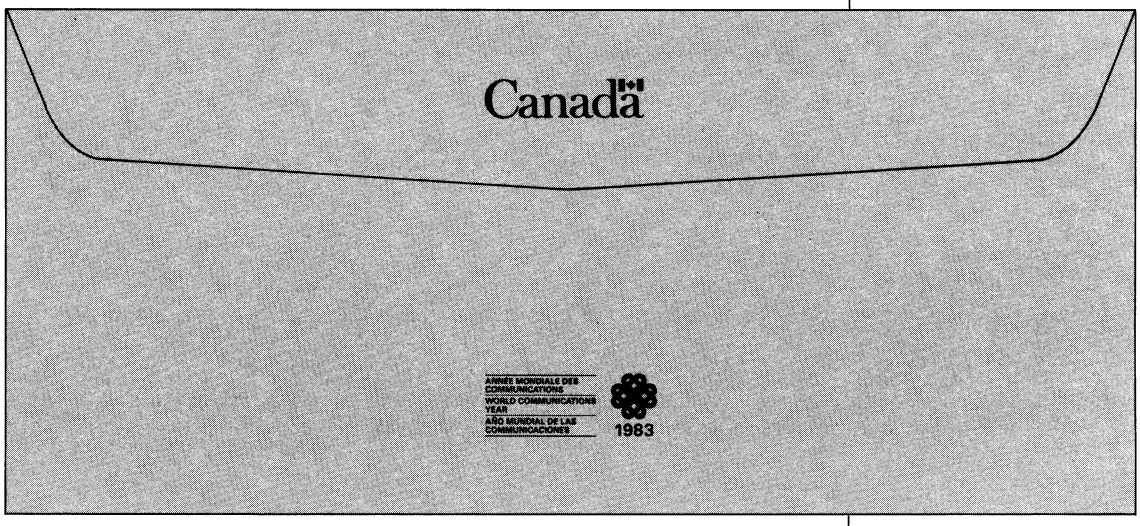
Fig. 26

Government of Canada
Department of Communications

Gouvernement du Canada
Ministère des Communications

Ottawa, Canada
K1A 0C8

Fig. 25



Canada

1983
World Communications Year

1983
Année mondiale des communications

Reproduction and supply

Printing Technical advice is available from Canadian Government Printing Services, Supply and Services Canada.

Reproduction should only be made from reproduction proofs. The symbols and the typography shall appear sharp and well-defined, without distortion. For the level of print quality that is to be specified, see the ''Summary''.

Source of supply Advice on the procurement of typesetting and printing is available from Canadian Government Printing Services, Supply and Services Canada.

Reproduction et fournisseurs

Impression Les Services d'imprimerie du gouvernement canadien d'Approvisionnements et Services Canada fournissent des conseils techniques.

On ne devrait effectuer de tirage qu'à partir des contre-épreuves. Les symboles et les caractères doivent ressortir nettement, sans maculage ou imperfection. On trouvera dans le « Résumé » ci-après les niveaux de qualité à respecter.

Fournisseurs Les Services d'imprimerie du gouvernement canadien d'Approvisionnements et Services Canada fournissent des conseils à ceux qui désirent se procurer des services de composition et d'impression.

Summary

	Paper			Ink	Quality levels	
	Size (cm)	Colour	Grade and grammage	Colours	Printing	Typesetting
Letterhead, P4	21.5 × 28.0	white	No. 2 bond, 75 g/m² or 90 g/m²* No. 7 bond, 60 g/m², 75 g/m² or 90 g/m²	FIP red & black	informational	prestige
Letterhead, P5	14.0 × 21.5	white	No. 2 bond, 75 g/m² or 90 g/m²*	FIP red & black	informational	prestige
Airmail letterhead, P4	21.5 × 28.0	light blue	airmail bond, 38 g/m²	reflex blue	informational	prestige
Kraft envelope, No. 9	10.2 × 22.9	golden kraft	kraft envelope, 75 g/m²	black	office	informational
White envelope, No. 9	10.2 × 22.9	white	No. 2 bond, 75 g/m² or 90 g/m²*	FIP red & black	informational	prestige
Envelope for P5 letterhead	11.4 × 14.9	white	No. 2 bond, 75 g/m² or 90 g/m²*	FIP red & black	informational	prestige
Airmail envelope, No. 9	10.2 × 22.9	light blue	airmail envelope, 60 g/m²	reflex blue	informational	prestige
Standard flats	various	golden kraft	kraft envelope, 75 g/m² and 90 g/m²	black	office	informational
Notepaper, P6	10.7 × 14.0	white	No. 7 bond, 60 g/m², 75 g/m² or 90 g/m²	FIP red & black	informational	prestige
Complimentary slip, P6	10.7 × 14.0 (when flat)	white	No. 2 bond, 75 g/m² or 90 g/m²* No. 7 bond, 60 g/m², 75 g/m² or 90 g/m²	FIP red & black	informational	prestige
Complimentary card	10.7 × 7.0	bright-white	stationery bristol, premium, kid finish, 230 g/m²	FIP red & black	informational	prestige
Calling cards F-1, F-2 and F-3	9.0 × 5.0	bright-white	stationery bristol, premium, plate finish, 219 g/m²	FIP red & black	informational	prestige
Calling card F-4	9.0 × 8.6 (when flat)	white	No. 1 offset paper, 178 g/m²	FIP red & black	informational**	prestige

* For use by deputy ministers, assistant deputy ministers, or positions of equal status.

** The trimming and folding of the card shall be "prestige" quality.

Note: Information on paper grades is contained in the publication "Generic Identification of Paper and Paperboard Brandnames". For details on quality levels see the publications "Print Quality Levels", "Envelope Quality Levels" and "Typesetting Quality Levels". All are published by Supply and Services Canada. Reference to these publications is to the latest issues.

Résumé	Papier			Encre	Niveaux de la qualité	
	Format (cm)	Couleur	Catégorie et grammage	Couleurs	Impression	Composition
Papier à en-tête P4	21,5 × 28,0	blanc	papier bond n° 2, 75 g/m² ou 90 g/m²* papier bond n° 7, 60 g/m², 75 g/m² ou 90 g/m²	rouge PCIM et noir	informative	prestige
Papier à en-tête P5	14,0 × 21,5	blanc	papier bond n° 2, 75 g/m² or 90 g/m²*	rouge PCIM et noir	informative	prestige
Papier avion à en-tête P4	21,5 × 28,0	bleu pâle	papier bond, post aérienne, 38 g/m²	bleu « reflex »	informative	prestige
Enveloppe papier kraft n° 9	10,2 × 22,9	kraft doré	enveloppe kraft, 75 g/m²	noir	bureau	informative
Enveloppe blanche n° 9	10,2 × 22,9	blanc	papier bond n° 2, 75 g/m² ou 90 g/m²*	rouge PCIM et noir	informative	prestige
Enveloppe pour papier à en-tête P5	11,4 × 14,9	blanc	papier bond n° 2, 75 g/m² ou 90 g/m²*	rouge PCIM et noir	informative	prestige
Enveloppe avion n° 9	10,2 × 22,9	bleu pâle	enveloppe, poste aérienne, 60 g/m²	bleu « reflex »	informative	prestige
Enveloppes standard, effets plats	divers	kraft doré	enveloppe kraft, 75 g/m², et 90 g/m²	noir	bureau	informative
Bloc-notes P6	10,7 × 14,0	blanc	papier bond n° 7 60 g/m², 75 g/m² ou 90 g/m²	rouge PCIM et noir	informative	prestige
Feuille d'accompagnement P6	10,7 × 14,0 (ouverte)	blanc	papier bond n° 2, 75 g/m² ou 90 g/m²* papier bond n° 7, 60 g/m², 75 g/m² ou 90 g/m²	rouge PCIM et noir	informative	prestige
Carte d'accompagnement	10,7 × 7,0	blanc-brillant	bristol de papeterie, sup., fini chevreau, 230 g/m²	rouge PCIM et noir	informative	prestige
Cartes de visite F-1, F-2 et F-3	9,0 × 5,0	blanc-brillant	bristol de papeterie, sup., fini au laminoir, 219 g/m²	rouge PCIM et noir	informative	prestige
Carte de visite F-4	9,0 × 8,6 (ouverte)	blanc	papier offset n° 1, 178 g/m²	rouge PCIM et noir	informative**	prestige

* À l'usage des sous-ministres, sous-ministres adjoints, ou des titulaires de postes équivalents.

** Le rognage et le pliage exigent la qualité « prestige ».

Note: On peut trouver des renseignements sur les catégories du papier dans la publication « Identification générique des marques de commerce du papier et du carton ». En ce qui concerne les niveaux de qualité, consulter les publications intitulées « Niveaux de la qualité de l'impression », « Niveaux de la qualité des enveloppes » et « Niveaux de la qualité de la composition ». Ces publications sont publiées par Approvisionnements et Services Canada; elles s'entendent de l'édition la plus récente.

Treasury Board of Canada Secretariat

Conseil du Trésor du Canada Secrétariat

Federal Identity Program Manual

Manuel du Programme de coordination de l'image de marque

Motor Vehicles

Requirements for markings

Véhicules automobiles

Exigences relatives au marquage

March 1990

Mars 1990

3.1

Canada

Table of contents

Introduction 3

Standard markings 3
Purpose 3
Scope 3
Application 5
Roles and responsibilities 5
Corporate identity management 6
Implementation 6
Definitions 6

Design standards 7

Symbols and typeface 7
Signature layout 7

Determining the requirements 8

Language requirements 8
Operational requirements 8
Colour and contrast 10
Safety markings 11
Temporary identification 11

Selecting the markings 12

Size and fit 13

Placement of markings 17

Placement on doors 17

Installation and maintenance 19

Special requirements 19

Vehicles bearing a stripe 19
Trucks, trailers and special purpose vehicles 20
Substrates for markings 21
"Canada" wordmark 22

Source of supply 23

Standards of service 23
Quality control 23
Material specifications 23

Enquiries 24

Tables

1 Determining the length of a signature 14
2 Combining the signature and wordmark 15

Table des matières

Introduction 3

Marquage standard 3
Objet 3
Portée 3
Application 5
Rôles et responsabilités 5
Gestion de l'image de marque 6
Mise en oeuvre 6
Définitions 6

Normes graphiques 7

Symboles et caractère 7
Disposition de la signature 7

Détermination des exigences 8

Exigences linguistiques 8
Exigences opérationnelles 8
Couleur et contraste 10
Repères d'identification sécuritaires 11
Identification temporaire 11

Sélection des repères d'identification 12

Corps et ajustements 13

Emplacement des repères d'identification 17

Apposition sur les portières 17

Installation et entretien 19

Exigences spéciales 19

Véhicules portant une bande 19
Camions, remorques et véhicules ayant une fonction spéciale 20
Support pour le marquage 21
Mot-symbole «Canada» 22

Approvisionnement 23

Normes de service 23
Contrôle de la qualité 23
Spécifications relatives aux matériaux 23

Demandes de renseignements 24

Tableaux

1 Comment déterminer la longueur de la signature 14
2 Appariement de la signature et du mot-symbole 15

Introduction

This guideline explains how government policy on the identification of motor vehicles should be applied. The guidelines and design standards are intended to assist all those involved in ordering, designing, fabricating and procuring vehicle markings.

Applicable publications

This section should be used with the following policies or guidelines:

Communications volume, Treasury Board Manual
- Chapter 1, Government Communications Policy
- Chapter 2, Federal Identity Program

Federal Identity Program Manual
- Section 1.0, Management guide to corporate identity
- Section 1.1, Design

Standard markings

Standard markings have been established to ensure consistency and uniformity in the identification of all government vehicles **(Fig. 1)**. Described here is the system of markings that is intended to meet the different operational requirements and to simplify procurement.

Markings for safety purposes

Certain vehicles require markings to enhance safety. Referred to as safety markings, they increase the visibility of a vehicle. The decision to use safety markings is at the discretion of the institution operating the vehicle.

Generally, safety markings consist of chevron (or similar) striping at the rear of the vehicle, and may include horizontal stripes on both sides of the vehicle. In view of different practices and requirements, these guidelines do not include specifications for such markings.

Other external markings

Decals bearing messages unrelated to corporate identity should not appear in close proximity to the signature and wordmark. Therefore, fleet numbers or similar identifiers should be applied elsewhere on the vehicle to avoid visual conflict.

Purpose

An estimated 16,000 vehicles are operated by institutions subject to FIP. The uniform identification of these vehicles helps the public in recognizing federal activities. The use of standard markings has this purpose:

- to project the corporate identity of the government;
- to identify the institution operating the vehicle;
- to indicate the vehicle's function, as required.

Vehicle identification also serves to highlight ownership and assists in ensuring accountability on the part of operators. Each institution is responsible for determining the requirement for vehicle identification in accordance with government policy and these guidelines.

Scope

Guidelines and standards set out the requirements for the design, fabrication and placement of vehicle markings. The purpose of these markings is to identify government motor vehicles operated within Canada. The signature and the "Canada" wordmark are the principal elements of vehicle markings.

Introduction

Les présentes lignes directrices expliquent les modalités d'application de la politique du gouvernement fédéral en matière d'identification des véhicules automobiles. Ces lignes directrices, ainsi que les normes graphiques, ont pour objet de faciliter la tâche de tous les intervenants lorsqu'ils commandent, conçoivent, fabriquent et obtiennent des repères d'identification pour les véhicules.

Publications relatives au sujet

Cette section devra être consultée avec les politiques ou lignes directrices suivantes:

Volume des communications, Manuel du Conseil du Trésor
- Chapitre 1, Politique du gouvernement en matière de communications
- Chapitre 2, Programme de coordination de l'image de marque

Manuel de coordination de l'image de marque
- section 1.0, Guide de gestion en matière de l'image de marque
- section 1.1, Design

Marquage standard

Un système de marquage standard a été mis au point pour assurer l'identification uniforme et cohérente de tous les véhicules exploités par l'administration fédérale **(Fig.1)**. La présente section décrit le système de marquage conçu pour répondre aux diverses exigences opérationnelles, et pour simplifier l'acquisition.

Repères d'identification sécuritaires

Certains véhicules ont besoin de repères d'identification sécuritaires qui permettent d'accroître la visibilité du véhicule. La décision d'utiliser de tels repères est laissée à la discrétion de l'institution qui exploite le véhicule.

En règle générale, les repères sécuritaires comprennent les bandes en chevrons (ou de type semblable) installées à l'arrière du véhicule, et peuvent également comprendre les bandes horizontales apposées de chaque côté du véhicule. Compte tenu des différentes pratiques et exigences, les présentes lignes directrices ne donnent pas de spécifications sur les repères sécuritaires.

Autres repères d'identification externes

Les décalques portant un message non relié à l'identification d'un véhicule ne devraient pas être apposés près de la signature et du mot-symbole. Ainsi, les numéros de matricule ou toute autre donnée semblable devraient être apposés ailleurs sur le véhicule, afin d'éviter toute confusion.

Objet

Environ 16 000 véhicules sont exploités par des institutions assujetties au PCIM. L'identification uniforme de ces véhicules aide le grand public à reconnaître les activités de l'administration fédérale. L'utilisation de repères d'identification standard a pour objet:

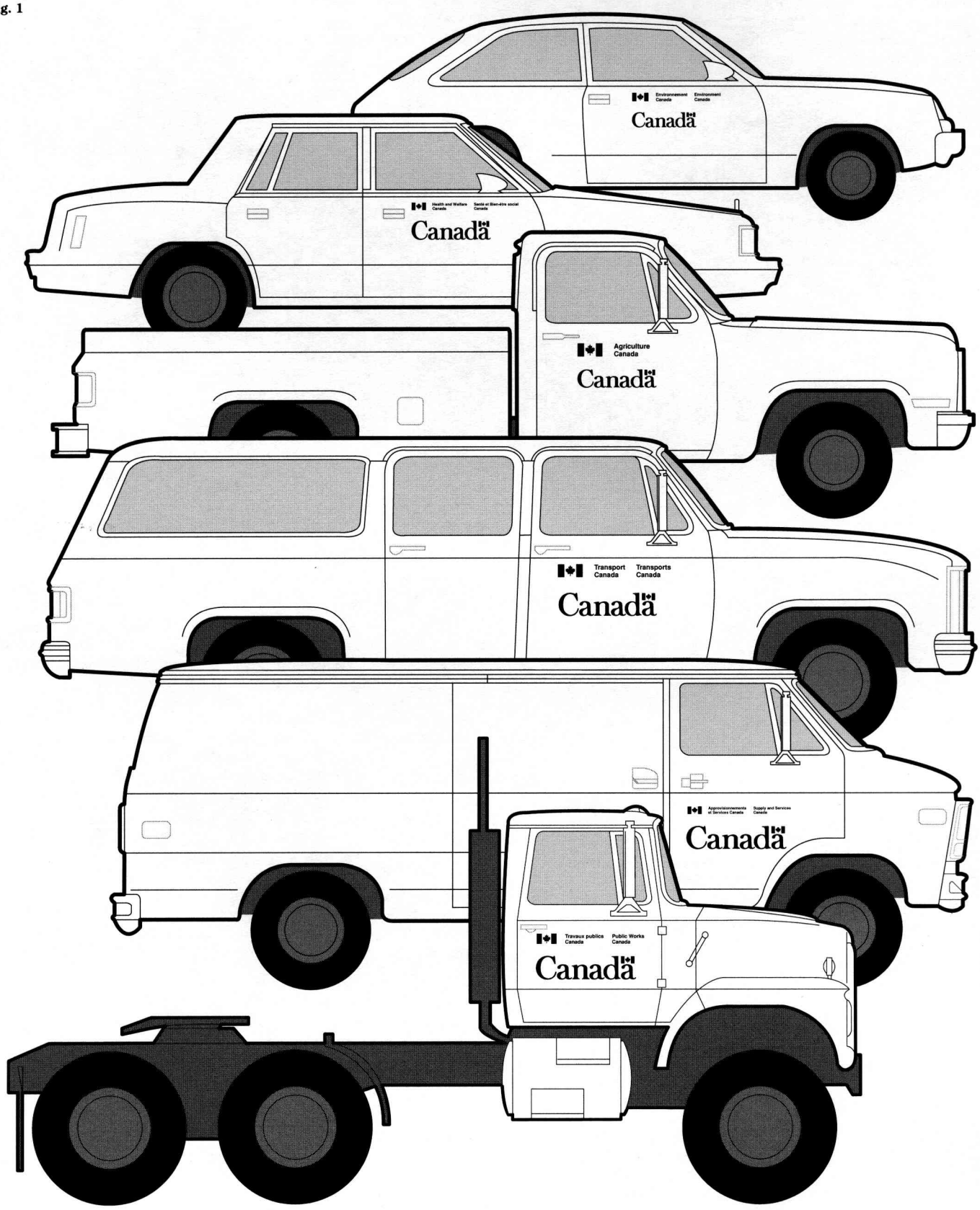
- de projeter l'image de marque de l'administration fédérale;
- d'identifier l'institution exploitant le véhicule;
- d'indiquer la fonction du véhicule, selon les besoins.

L'identification des véhicules sert également à signaler le droit de propriété et à assurer la reddition de compte de la part de l'exploitant. Chaque institution doit déterminer ses besoins en matière d'identification, conformément à la politique du gouvernement et aux présentes lignes directrices.

Portée

Les présentes lignes directrices et normes énoncent les exigences en matière de conception, de fabrication et d'apposition des repères d'identification pour le cas des véhicules. Ces repères ont pour objet d'identifier les véhicules du gouvernement exploités au Canada. La signature et le mot-symbole «Canada» constituent les principaux éléments d'identification.

Fig. 1


Environnement Canada Environment Canada
Canada
Health and Welfare Canada Santé et Bien-être social Canada
Canada
Agriculture Canada
Canada
Transport Canada Transports Canada
Canada
Approvisionnements et Services Canada Supply and Services Canada
Canada
Travaux publics Canada Public Works Canada
Canada

Application

The markings apply to all government (owned or leased) on-road vehicles, with the exception of vehicles on short-term leases and those that have been exempted (see below).

Identification of leased vehicles

Vehicles on long-term leases (90 days and over) should bear standard markings consistent with the design standards. To identify vehicles on short-term leases, institutions will find it practical to employ temporary instead of the more permanent, standard markings. (See "Temporary identification " for details.)

Exemptions

When an institution finds it is inadvisable to use external markings on a particular vehicle, it may authorize an exemption.

Identification of other mobile equipment

Institutions that operate vehicles or equipment designed for off-road use (e.g. all-terrain vehicles, snowmobiles, boats, construction or maintenance equipment) should assess the requirement for markings on the basis of the principles set out in this guide. The method of identifying such equipment is at the discretion of the institution concerned.

Roles and responsibilities

The roles and responsibilities for implementation are outlined in FIP policy; those pertaining to vehicle identification are indicated below.

Supply and Services Canada (SSC) is responsible for:

- providing markings to clients directly from SSC or through its approved sources of supply;
- ensuring that the markings are in accordance with FIP design standards and applicable CGSB (Canadian Government Standards Board) standards;
- preparing a layout of the proposed markings and providing a copy to the client for approval, if required;
- providing the client with a firm cost quotation for fabricating the markings, if applicable;
- delivering the markings within the time periods established (see "Standards of service");
- providing clients with order forms, price lists, and installation instructions to facilitate procurement and installation.

Each institution operating government (owned or leased) motor vehicles is responsible for:

- managing the identification of vehicles as part of the corporate identity function;
- determining the requirements for markings with respect to operational needs and in accordance with FIP policy and guidelines;
- procuring all vehicle markings from SSC or, if special arrangements were made with SSC, from SSC approved sources; and
- arranging for the installation of markings in accordance with FIP guidelines.

Application

Le marquage standard s'applique à tous les véhicules automobiles routiers (loués ou achetés) de l'administration fédérale, exception faite pour les véhicules loués à court terme et les véhicules exemptés (voir ci-dessous).

Identification des véhicules loués

Les véhicules loués à long terme (c'est-à-dire pour une période de 90 jours ou plus) devraient porter des repères d'identification normalisés, conformément aux normes graphiques. Quant aux véhicules loués à court terme, ils peuvent porter des repères d'identification temporaires plutôt que les repères permanents normalisés. (Voir la rubrique intitulée «Identification temporaire».)

Exemptions

Lorsqu'une institution juge inopportun d'apposer des repères d'identification externes sur un véhicule, elle peut autoriser une exemption.

Identification d'autres pièces d'équipement mobiles

Les institutions qui exploitent des véhicules ou des pièces d'équipement conçus à une fin autre que le transport routier (notamment les véhicules tout-terrain, les motoneiges, les navires, l'équipement de construction ou d'entretien) devraient se fonder sur le présent guide pour déterminer s'il y a lieu d'apposer des repères d'identification. La méthode d'identification de telles pièces d'équipement est laissée à la discrétion de l'institution concernée.

Rôles et responsabilités

Les rôles et responsabilités pour la mise en oeuvre sont exposés dans la politique du PCIM. Les rôles et responsabilités concernant l'identification des véhicules sont énoncés ci-après.

Approvisionnements et Services Canada est responsable de:

- fournir des repères d'identification aux clients, directement ou par l'intermédiaire de ses fournisseurs dûment autorisés;
- veiller à ce que les repères d'identification respectent les normes graphiques du PCIM, ainsi que les normes applicables de l'ONGC (Office des normes générales du Canada);
- préparer un projet des repères proposés et en fournir une copie au client pour son approbation, s'il y a lieu;
- fournir au client une estimation ferme du coût de fabrication, le cas échéant;
- livrer les repères dans les délais prescrits (voir la rubrique intitulée «Normes de service»);
- fournir aux clients des formulaires de commande, des listes de prix et des instructions pour l'installation, dans le but de leur faciliter la tâche.

Chaque institution exploitant des véhicules automobiles (loués ou achetés) est responsable de:

- gérer l'identification des véhicules dans le cadre de son image de marque;
- déterminer les exigences en matière de marquage, d'après les besoins opérationnels, et conformément à la politique et aux lignes directrices du PCIM;
- obtenir tous les repères d'identification requis auprès d'ASC ou, si les arrangements spéciaux ont été faits avec ASC, du fournisseur autorisé par ASC;
- organiser l'installation des repères conformément aux lignes directrices du PCIM.

Corporate identity management

The identification of vehicles should be based on functional and operational requirements, and reflect the corporate goals of the institution. Vehicles that are used for the delivery of government programs and services represent a significant aspect of an institution's identity. It follows that vehicle identification should be a function of corporate identity management.

In addition to meeting functional requirements, the uniform identification of an institution's vehicle fleet can also help to project a coherent visual identity. Various methods can be employed to create a distinctive appearance. One method is the adoption of a uniform fleet colour, and a number of institutions are now using a specific colour for that purpose. Another method consists of a graphic device that has a distinct relationship with the markings (e.g. a band in a contrasting colour). Similarly, an institution may use markings in a colour other than the standard black or white. For example, silver-grey instead of white markings could be adopted to create a distinctive appearance for a fleet made up of dark-coloured vehicles.

Implementation

The design standards and guidelines set out here are effective immediately; however, to minimize conversion costs, they should be implemented gradually as follows:

- all new vehicles at the time of acquisition; and
- any existing vehicles that require new markings following re-painting.

Note: Some institutions may presently hold stocks of markings that do not conform to the revised design standards set out here. Such stocks should be replaced as soon as operationally feasible.

Definitions

For purposes of these guidelines the following definitions apply:

Markings refers to pressure-sensitive decals bearing the graphic elements, i.e. the signature of an institution, the ''Canada'' wordmark, a service title, or a term identifying the vehicle's function.

Motor vehicles includes passenger cars, cargo vehicles, and special purpose vehicles.

Substrate refers to a surface on which the markings can be applied.

Gestion de l'image de marque

L'identification des véhicules devrait se fonder sur les exigences fonctionnelles et opérationnelles, ainsi que sur les buts de l'institution. Les véhicules utilisés pour la réalisation de programmes et la prestation de services fédéraux constituent un élément essentiel de l'image de marque d'une institution. Par conséquent, l'identification des véhicules devrait être une des fonctions de la gestion de l'image de marque.

L'identification uniforme du parc automobile d'une institution permet non seulement de respecter les exigences fonctionnelles, mais également de contribuer à une identification visuelle cohérente. On peut employer diverses méthodes pour créer une apparence distinctive. Une méthode serait d'adopter une couleur pour tous les véhicules, et bon nombre d'institutions procèdent justement de cette façon. Une autre méthode consiste à utiliser un dispositif graphique ayant un rapport précis avec le marquage, tel qu'une bande dont la couleur contraste avec celle des repères d'identification. De même, une institution peut adopter une couleur autre que le noir ou le blanc pour son marquage. Par exemple, elle peut utiliser des repères gris argent plutôt que blancs pour créer une apparence distinctive dans le cas d'un parc automobile de couleur foncée.

Mise en oeuvre

Les normes graphiques et lignes directrices énoncées dans le présent document entrent en vigueur immédiatement; cependant, pour réduire les coûts de conversion, elles pourront être appliquées graduellement, comme suit:

- à tous les nouveaux véhicules au moment de leur acquisition;
- à tous les véhicules existants qui nécessitent de nouveaux repères après avoir été repeints.

Note: Les institutions qui ont en stock des repères d'identification qui ne sont pas conformes aux normes graphiques révisées, devront les remplacer dans les plus brefs délais.

Définitions

Les définitions suivantes sont applicables dans le contexte des présentes lignes directrices:

marquage (repère d'identification): un décalque autocollant portant les éléments graphiques tels la signature de l'institution, le mot-symbole «Canada», un titre de service, ou toute autre donnée indiquant la fonction du véhicule;

véhicules automobiles: sont compris les voitures, les véhicules de chargement, ainsi que les véhicules ayant une fonction spéciale.

Design standards

Symbols and typeface

To ensure consistency and visual coherence, vehicle markings are subject to design standards. These standards cover the flag symbol, the Coat of Arms, the "Canada" wordmark, as well as the typeface and layout of the signature. The three corporate symbols are described in detail in Section 1.1, "Design".

The FIP signage typeface is used for all signatures and accompanying text such as service titles. Details on this particular typeface, including its spacing system, are set out in Section 4.5, "Signage typeface".

The medium-weight version of the "Canada" wordmark is used for all vehicle markings. See Figure 8.

Signature layout

Described here is the layout of the most commonly used signature, one consisting of the flag symbol and two lines of type. In case of a very short signature, users may prefer a one-line signature instead, and should refer to Section 1.1 for details on the layout.

Layout specifications

Measurements pertaining to the signature layout are based on the "x", the unit of measurement used to indicate space between the elements. The size relationships between symbol and typography and the spacing standards for a two-line signature are as follows.

Ratio between flag and typography: The ratio between the character size and the height of the flag symbol is 1:3.4 (Fig. 2).

Horizontal alignment: The base of the symbol and the base line of the type are aligned horizontally (Fig. 2).

Spacing standards: The space between the symbol and the left-hand column, as well as between the language columns is 3x (Fig. 2).

When a service title is included, the space between signature and service title is 2x (Fig. 3).

Signature incorporating the Coat of Arms

A number of institutions use the Coat of Arms in their signature. For technical details on the layout of signatures incorporating the Coat of Arms see Section 1.1.

Normes graphiques

Symboles et caractère

Dans le but d'assurer l'uniformité et la cohérence visuelle, les repères d'identification apposés sur un véhicule sont assujettis aux présentes normes graphiques. Celles-ci portent sur le symbole du drapeau, les armoiries, le mot-symbole «Canada», ainsi que sur le caractère et la disposition de la signature. Les trois symboles identificateurs du PCIM sont décrits plus longuement à la section 1.1, intitulée «Design».

Le caractère de signalisation du PCIM est utilisé pour toutes les signatures et pour tous les textes d'accompagnement, notamment les titres de service. La section 4.5, intitulée «Caractère de signalisation», fournit plus de détails au sujet du caractère et de son système d'espacement.

Le mot-symbole «Canada» en caractères demi-gras est utilisé pour fin du marquage des véhicules. Voir la figure 8.

Disposition de la signature

La présente section décrit la disposition de la signature la plus souvent utilisée, c'est-à-dire celle qui comprend le symbole du drapeau, suivi d'un titre disposé sur deux lignes. Dans le cas d'une signature très courte, les utilisateurs peuvent adopter une signature sur une ligne, et consulter la section 1.1 pour plus de précisions au sujet de la disposition.

Spécifications relatives à la disposition

Les mesures se rapportant à la disposition de la signature sont fondées sur le «x», l'unité de mesure utilisée pour indiquer l'espacement des éléments. Le rapport de corps entre le symbole du drapeau et les caractères ainsi que les normes d'espacement pour une signature sur deux lignes sont indiqués ci-après.

Rapport entre le drapeau et le caractère: Le rapport entre le corps de caractère et la hauteur du symbole du drapeau est de 1:3,4 (Fig. 2).

Alignement horizontal: La base du symbole et la ligne de base du texte sont alignées horizontalement tel qu'indiqué dans la figure 2.

Normes d'espacement: L'espace entre le symbole et la colonne de gauche, ainsi qu'entre les colonnes de texte est de 3x (Fig. 2).

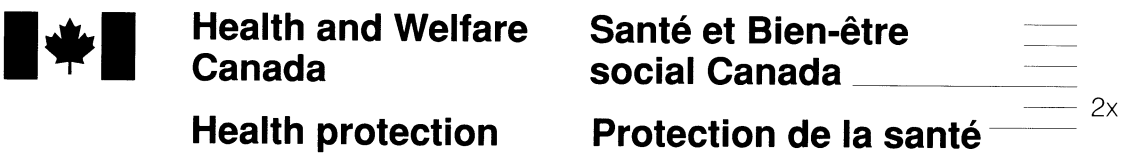
Lorsqu'un titre de service est utilisé, l'espace entre la signature et le titre de service est de 2x tel qu'indiqué dans la figure 3.

Signature avec armoiries

Certaines institutions utilisent les armoiries dans leur signature. La section 1.1 renferme plus de détails techniques sur la disposition d'une signature avec armoiries.

Fig. 2
Signature layout. Disposition de la signature.

Fig. 3
Spacing between signature and service title. Espace entre la signature et le titre de service.



Determining the requirements

All markings described here appear on both sides of the vehicle. Before the design or procurement of markings can proceed, specific requirements should be determined.

Language requirements

Under FIP policy, the order of the official languages in the signature is based on the location of the home base of the vehicle concerned. Thus, French appears to the left on vehicles based in Quebec, and English to the left on vehicles located in the other provinces and the territories.

The order of the official languages in the signature and in any accompanying message is the same on both the driver's and the passenger's side of a vehicle.

Operational requirements

The design of markings is influenced by factors related to a vehicle's function and operational requirements.

Identifying a vehicle's function

The function of certain vehicles (e.g. ambulances, search and rescue vehicles) should be clearly indicated. Normally, this requires markings specifically designed for the vehicle **(Fig. 4)**. This means determining the relative size, placement and use of colour to ensure an effective relationship between the different components (function identifier, signature, wordmark).

Détermination des exigences

Tous les repères d'identification sont apposés des deux côtés du véhicule. Avant de passer à la conception ou à l'acquisition des repères il faut déterminer les exigences précises.

Exigences linguistiques

Dans le cadre de la politique du PCIM, l'ordre des langues officielles dans la signature est déterminé par l'endroit d'affectation du véhicule. Ainsi, le français sera à gauche sur les véhicules affectés au Québec, alors que dans les autres provinces et territoires, l'anglais sera à gauche.

L'ordre des langues officielles dans la signature et dans tout message d'accompagnement est le même des deux côtés du véhicule.

Exigences opérationnelles

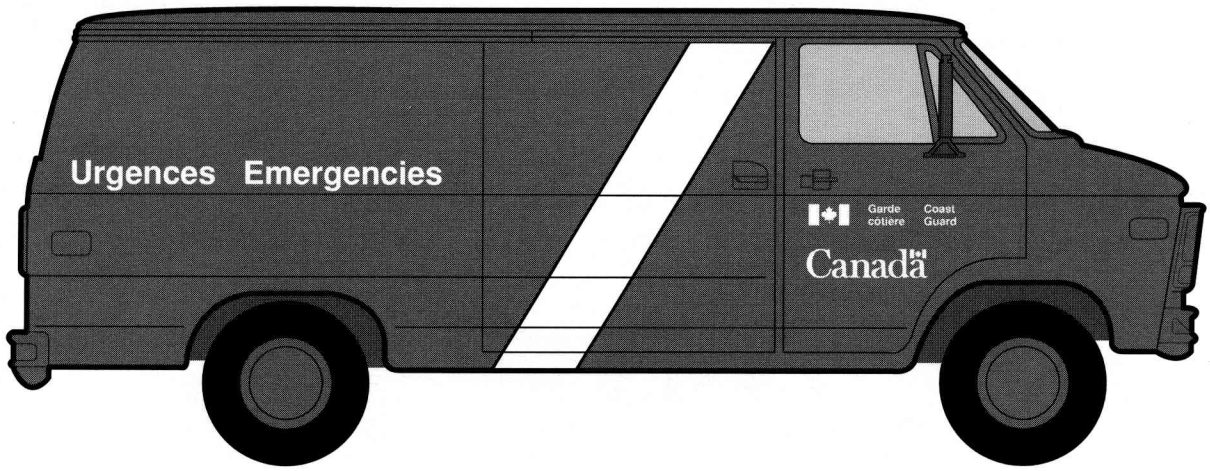
La conception des repères d'identification est tributaire de la fonction du véhicule et des exigences opérationnelles.

Identification de la fonction d'un véhicule

La fonction de certains véhicules (p.ex. les ambulances, les véhicules de recherche et sauvetage) devrait être clairement indiquée. Habituellement, des repères conçus spécialement pour le véhicule s'imposent **(Fig. 4)**. À cette fin, il faut déterminer la taille relative, l'emplacement et l'utilisation de la couleur afin d'assurer un rapport efficace entre les éléments (identificateur de fonction, signature, mot-symbole).

Fig. 4
Special markings used by the Canadian Coast Guard.

Marquage spécial utilisé par la Garde côtière canadienne.

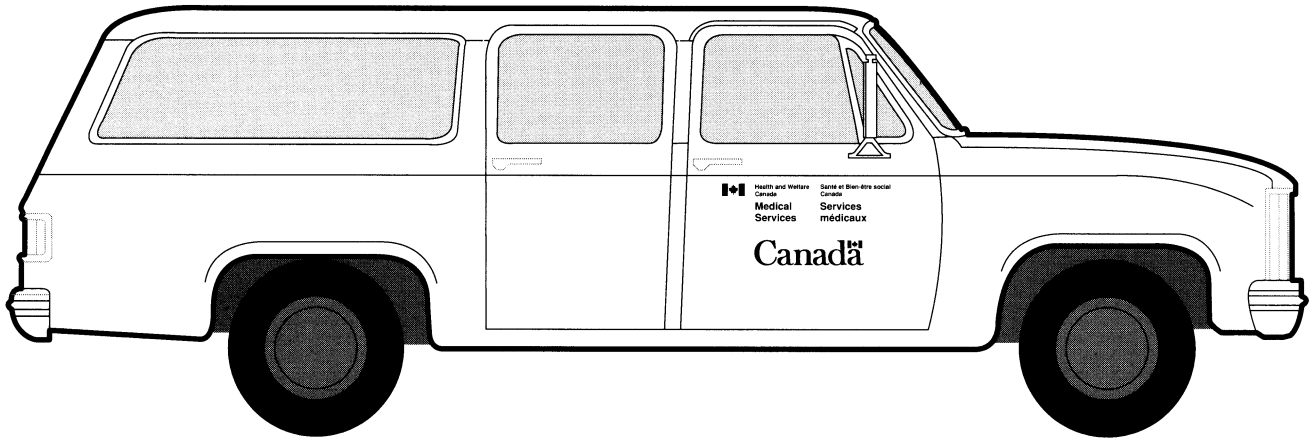


A vehicle's function can also be indicated by means of a service title. Such a title is used in conjunction with the signature and should be as concise as possible (**Fig. 5**).

On peut également indiquer la fonction d'un véhicule à l'aide d'un titre de service. Celui-ci est utilisé conjointement avec la signature, et devrait être aussi bref que possible (**Fig. 5**).

Fig. 5
Functional identification using a service title.

Identification fonctionelle à l'aide d'un titre de service.



Aspects of visibility

Different functions and operational requirements of government vehicles call for different degrees of visibility. Factors such as vehicle colour, size and colour of markings, and whether or not safety markings are used, will affect the visibility of a vehicle.

Certain vehicles (e.g. ambulances) require a high degree of visibility to ensure they are easily detected and recognized. It follows, that such vehicles need markings that stand out and that should be larger in relation to those used for regular service vehicles.

Institutions should assess the use of retro-reflective materials when specifying markings for vehicles that require night-time visibility.

Ensuring proper fit of the markings

A vehicle's overall appearance is enhanced by markings of the proper size. To ensure a good fit when installed, the size of markings should be based on the space available on the particular vehicle.

A range of sizes has been established to accommodate signatures varying in length. The standard sizes are intended to meet general requirements for the common vehicle types.

Other sizes are used to meet specific requirements (e.g. markings for a special purpose vehicle, or for a particular fleet).

Visibilité

Le degré de visibilité nécessaire varie selon la fonction ou les exigences opérationnelles du véhicule. Les éléments qui influent sur la visibilité du véhicule sont la couleur du véhicule, la taille et la couleur des repères, ainsi que l'emploi ou non de repères sécuritaires.

Certains véhicules (p.ex. les ambulances) exigent une grande visibilité afin d'être facilement perçus et reconnus. Par conséquent, de tels véhicules devraient porter des repères très visibles, d'une taille supérieure à celle des repères identifiant les véhicules d'usage courant.

Les institutions devraient évaluer l'utilisation de matériaux réflecteurs pour les repères d'identification des véhicules devant être perçus la nuit.

Installation adéquate des repères d'identification

L'apparence générale d'un véhicule s'améliore si les repères d'identification sont d'une taille qui lui convient. Le choix de la taille des repères devrait se fonder sur l'espace disponible sur le véhicule en question afin d'assurer un marquage qui convient.

Un assortiment de corps standard a été adopté pour convenir aux signatures de longueur variable. Les corps standard permettent de répondre aux exigences générales pour les véhicules les plus courants.

D'autres corps peuvent être utilisés pour satisfaire à des besoins particuliers (p.ex. pour un véhicule ayant une fonction spéciale ou pour un parc automobile).

Colour and contrast

The colour of a particular vehicle determines the colour of markings. For reasons of standardization, black or white is used for the majority of markings.

General applications: Either black or white markings are used to contrast with the body colour of the particular vehicle. The choice between black or white is based on the best contrast that can be obtained. The illustration is intended to assist in the selection **(Fig. 6)**.

Markings appearing on a stripe: Generally, when applied on a *white* stripe, the markings should be in red and black as follows:

- red flag in the signature and red flag in the ''Canada'' wordmark;
- black characters in both the signature and the ''Canada'' wordmark.

Specifications: For black or white markings, reference should be made to the appropriate number shown in Canadian Government Standards Board (CGSB) standard 1-GP-12, *Standard Paint Colors*. The numbers are: black 512-201; white 513-201.

A special weather-resistant product should be specified for those elements of the markings that are to appear in red (i.e. the flag). It is referred to as 3M cast-in ''tomato'' red vinyl No. 180-13.

Couleur et contraste

La couleur des repères d'identification est fonction de la couleur du véhicule et, pour des fins de normalisation, le noir ou le blanc est utilisé pour la plupart des repères.

Applications courantes: Des repères noirs ou blancs sont utilisés pour effectuer un contraste avec la couleur du véhicule. On choisit, entre le noir et le blanc, la couleur qui assurera le contraste le plus frappant. L'illustration vise à faciliter le choix **(Fig. 6)**.

Repères placés sur une bande: En général, lorsque les repères sont placés sur une bande blanche, ils devraient être rouges et noirs comme suit:

- drapeau rouge dans la signature, et drapeau rouge dans le mot-symbole «Canada»;
- caractères noirs dans la signature et dans le mot-symbole «Canada».

Spécifications: Dans le cas des repères noirs ou blancs, il faut se rapporter au numéro applicable dans la norme F1-GP-12, *Couleurs étalons des peintures*, de l'Office des normes générales du Canada (ONGC). Ces numéros sont: 512-201 pour le noir; 513-201 pour le blanc.

Dans le cas des repères de couleur rouge (c.-à-d. le drapeau) il faut utiliser un produit résistant aux intempéries. La couleur appliquée est le vinyle rouge «tomate» (obtenu par la coloration dans la masse) 3M, no 180-13.

Fig. 6
Contrast: relationship of markings to vehicle colour.

Contraste: rapport entre le marquage et la couleur du véhicule.

Safety markings

A decision to apply safety markings is at the discretion of the institution operating the vehicle. Generally, these markings consist of chevron (or similar) striping at the rear of the vehicle, and may include horizontal stripes on both sides. Because the horizontal stripe represents an integral part of vehicle identification and usually serves as substrate for the signature and wordmark, the recommended ratio between the width of the stripe and the size of the markings is referred to under ''Special requirements''.

Temporary identification

As stated in the ''Introduction'', temporary instead of the more permanent, standard markings are used to identify a vehicle on short-term lease. The design of a temporary device should conform to the general requirements on the use of the signature and ''Canada'' wordmark. The size, colour, and material of such devices are at the discretion of the institution concerned.

For purposes of temporary identification, a device such as a placard is displayed on the vehicle. To meet the intent of FIP policy, the device should be clearly visible to the public. **Figure 7** indicates how this may be done.

Repères d'identification sécuritaires

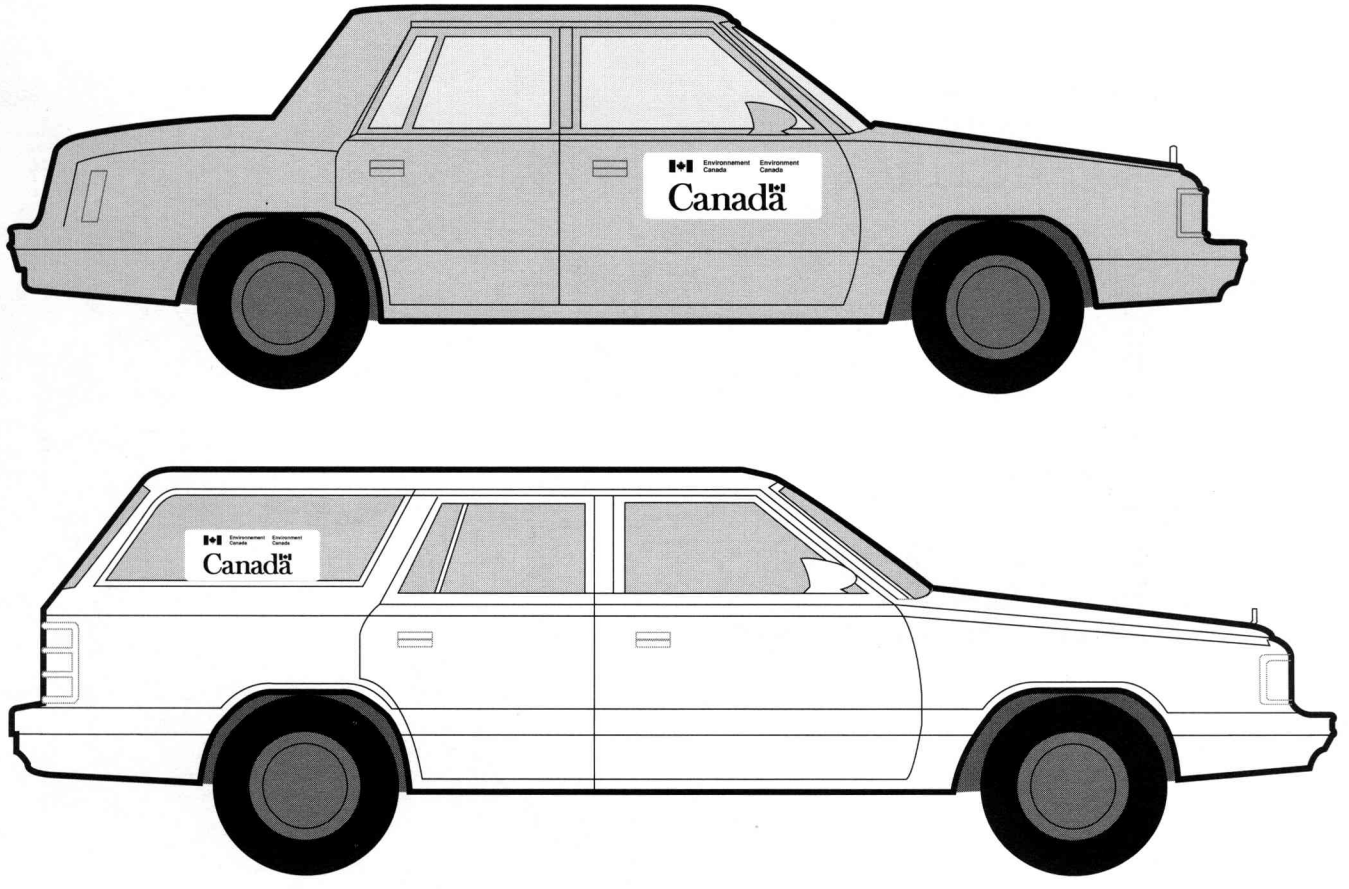
La décision d'utiliser des repères sécuritaires est laissée à la discrétion de l'institution exploitant le véhicule. En général, ces repères consistent en une bande à chevrons (ou de type semblable) à l'arrière du véhicule, et peuvent comprendre une bande horizontale de chaque côté du véhicule. Puisque les bandes horizontales font partie intégrante de l'identification du véhicule, le rapport entre la largeur des bandes et la taille des repères est indiqué à la rubrique «Exigences spéciales».

Identification temporaire

Comme l'indique l'introduction, les repères d'identification temporaires sont utilisés pour les véhicules loués à court terme. La conception de ces repères devrait respecter les exigences générales concernant l'utilisation de la signature et du mot-symbole «Canada». La taille, la couleur et le matériau utilisés sont laissés à la discrétion de l'institution concernée.

Aux fins d'identification temporaire, un dispositif tel qu'un placard est apposé sur le véhicule. Afin de respecter le but de la politique du PCIM, ce dispositif devrait être apposé bien en vue du public. La **figure 7** montre comment on peut s'y prendre.

Fig. 7
Temporary identification. Identification temporaire.



Selecting the markings

Described here is the system of markings intended to meet common requirements, simplify procurement, and achieve standardization. The system provides for a range of sizes and specific relationships between signature and wordmark when placing the markings on the front doors.

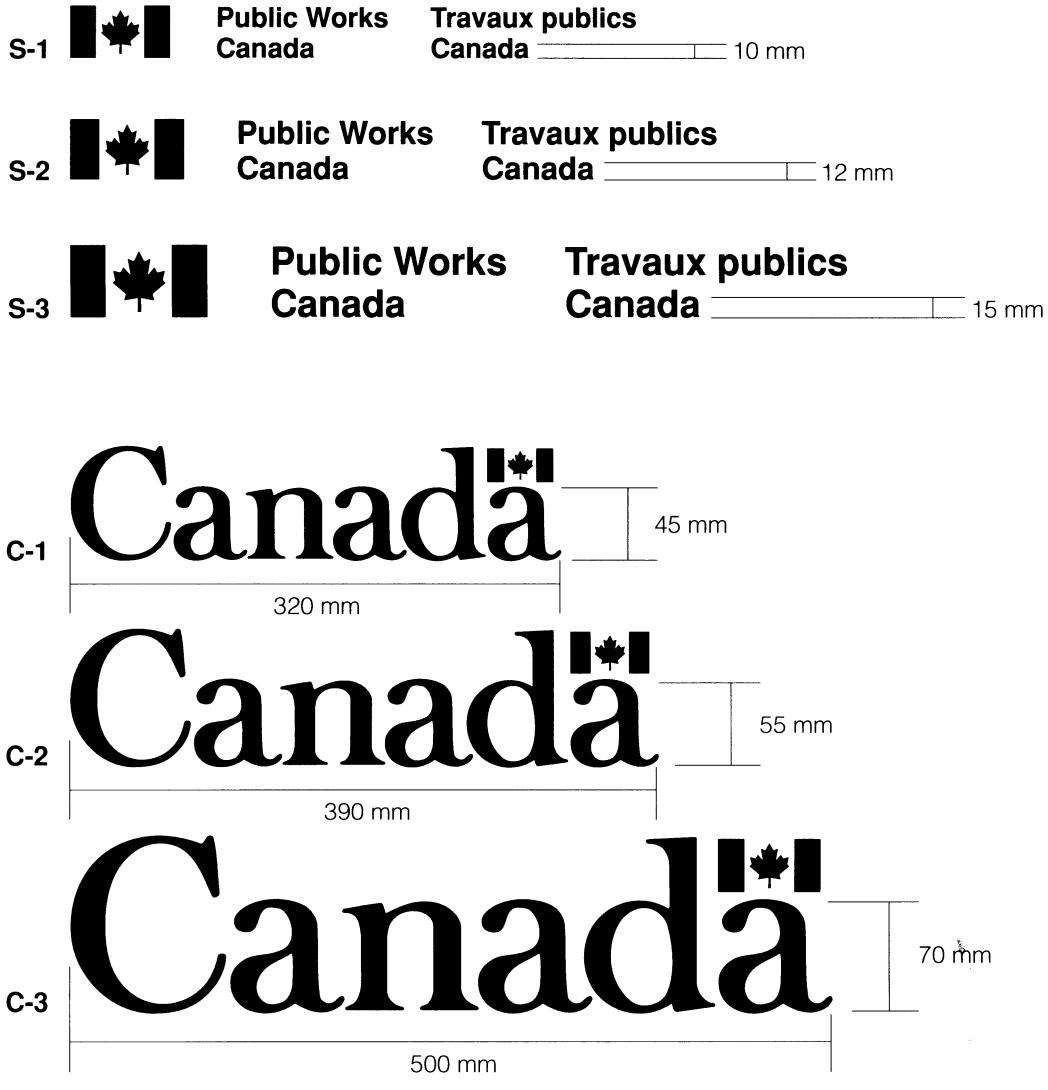
For ease of reference, a code has been established for each standard size; i.e. S-1, S-2, S-3 stand for different x-heights used for the signature, and C-1, C-2 and C-3 refer to sizes of the wordmark. These codes are also used on the order form. The standard sizes are shown in **Figure 8**.

Sélection des repères d'identification

La présente section décrit le système de marquage conçu pour répondre aux exigences courantes, simplifier l'acquisition et réaliser la normalisation. Le système prévoit toute une gamme de corps et de rapports précis entre la signature et le mot-symbole pour les repères qui sont apposés sur les portières avant d'un véhicule.

Pour faciliter la consultation, un code a été établi pour chaque corps standard; S-1, S-2, S-3 indiquent les différentes hauteurs «x» utilisées pour la signature, et C-1, C-2 et C-3 se rapportent aux corps du mot-symbole. Ces codes sont utilisés également sur le formulaire de commande. La **figure 8** illustre les corps standard.

Fig. 8
Standard sizes (shown at 20% of actual size).
Corps standard (présentés à 20 p. cent de leur grandeur réelle).



Standard sizes
Three character sizes have been selected to meet common requirements for signatures. The standard sizes (measured by their x-height) are designated as follows:

- S-1 (10 mm)
- S-2 (12 mm)
- S-3 (15 mm)

Three sizes of the wordmark are used to meet common requirements. The standard sizes are designated as follows (the dimensions refer to the x-height and the corresponding length):

- C-1 (45 mm/320 mm)
- C-2 (55 mm/390 mm)
- C-3 (70 mm/500 mm)

Size and fit

When the markings are to appear on the front doors the following factors will determine the selection of sizes:

- door configuration and length of the signature, i.e. any restrictions that may limit the choice of sizes;
- function and operational requirements; and
- relationship between signature and wordmark, i.e. the visual balance.

As the first step, the approximate length of the signature should be determined with the aid of **Table 1**. This will ensure that the character size is suitable and that the signature will fit.

As the next step, the sizes of the signature and wordmark should be selected with the aid of **Table 2**. It shows various options of combining sizes.

Once the appropriate combination has been established, the codes (e.g. S-1/C-1) become key information when procuring and installing markings.

The effect of typical size combinations is shown in **Figure 9**. The examples indicate how the selection of sizes (Table 2) influences the appearance of markings.

Corps standard
Trois corps, qui répondent aux exigences courantes, ont été adoptés aux fins de la signature. Les corps standard (mesurés en fonction de la hauteur «x») sont les suivants:

- S-1 (10 mm)
- S-2 (12 mm)
- S-3 (15 mm)

Trois corps du mot-symbole sont utilisés pour répondre aux exigences courantes (les dimensions se rapportent à la hauteur «x» et à la longueur correspondante):

- C-1 (45 mm/320 mm)
- C-2 (55 mm/390 mm)
- C-3 (70 mm/500 mm)

Corps et ajustements

Lorsque les inscriptions doivent paraître sur les portières avant, les facteurs suivants permettent de déterminer les corps de caractères:

- la forme de la portière et la longueur de la signature, c'est-à-dire toute restriction susceptible de limiter le choix;
- la fonction et les besoins opérationnels;
- le rapport entre la signature et le mot-symbole, c'est-à-dire l'équilibre visuel.

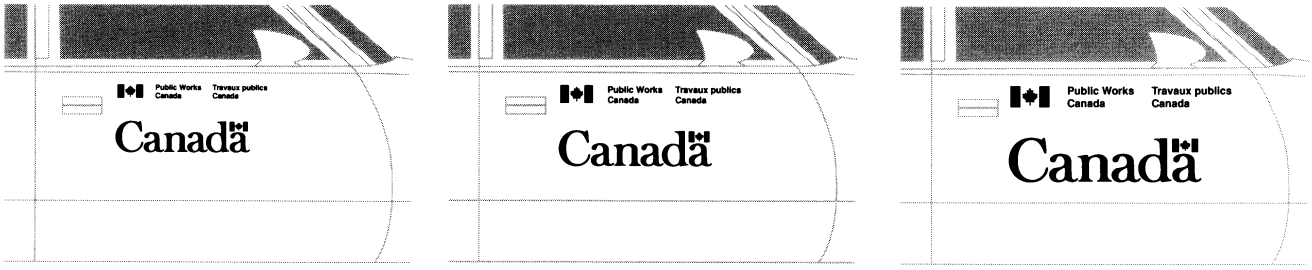
Premièrement il faut déterminer la longueur approximative de la signature à l'aide du **Tableau 1**. Ainsi, le corps de caractère et la signature conviendront.

Deuxièmement il faut choisir les corps de la signature et du mot-symbole à l'aide du **Tableau 2**. Ce tableau indique les diverses combinaisons des corps.

Lorsque la combinaison appropriée a été déterminée, les codes, par exemple S-1/C-1, deviennent des renseignements importants pour l'acquisition et l'installation du marquage.

La **figure 9** présente l'effet que produisent certaines combinaisons typiques. Les exemples montrent comment le choix des corps (Tableau 2) influence l'aspect de l'inscription.

Fig. 9
Combining signature and wordmark sizes. Combinaisons des corps de la signature et du mot-symbole.



S-1/C-1 S-2/C-2 S-3/C-3

Table 1
Determining the length of a signature

To determine the approximate length of the signature and select a character size:

1. Verify the space available on the vehicle (most vehicle doors allow approximately 600 mm).

2. Review the three columns below to find your organization's signature or one that is similar in length.

3. Select a character size that ensures a good fit and meets operational requirements for visibility.

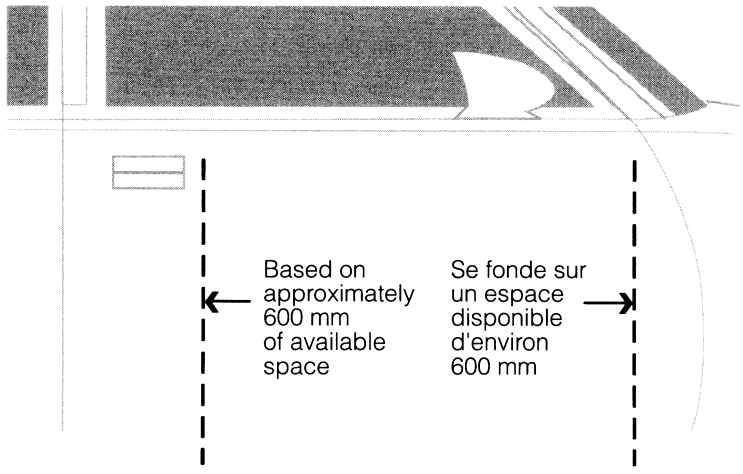
Tableau 1
Comment déterminer la longueur de la signature

Afin de déterminer la longueur approximative de la signature et choisir le corps de caractère:

1. Vérifier l'espace disponible sur le véhicule (sur les portières de la plupart des véhicules, cet espace mesurera environ 600 mm).

2. Passer en revue les trois colonnes ci-dessous pour répérer la signature de votre organisme ou une lui ressemblant en termes de longueur.

3. Choisir le corps de caractère qui convient le mieux à l'espace compte tenu les exigences opérationnelles au niveau de visibilité.



S-1

Forêts Canada Forestry Canada

Transport Canada Transports Canada

Environnement Canada Environment Canada

Public Works Canada Travaux publics Canada

National Archives of Canada Archives nationales duCanada

Indian and Northern Affairs Canada Affaires indiennes et du Nord Canada

Revenu Canada Douanes et Accise Revenue Canada Customs and Excise

Energy, Mines and Resources Canada Énergie, Mines et Ressources Canada

Emploi et Immigration Canada Employment and Immigration Canada

National Research Council Canada Conseil national de recherches Canada

Approvisionnements et Services Canada Supply and Services Canada

Health and Welfare Canada Santé et Bien-être social Canada

Consumer and Corporate Affairs Canada Consommation et Corporations Canada

S-2

Agriculture Canada

Communications Canada

Forêts Canada Forestry Canada

Transport Canada Transports Canada

Public Works Canada Travaux publics Canada

National Archives of Canada Archives nationales du Canada

Indian and Northern Affairs Canada Affaires indiennes et du Nord Canada

Revenu Canada Douanes et Accise Revenue Canada Customs and Excise

Energy, Mines and Resources Canada Énergie, Mines et Ressources Canada

Emploi et Immigration Canada Employment and Immigration Canada

National Research Council Canada Conseil national de recherches Canada

Approvisionnements et Services Canada Supply and Services Canada

S-3

Agriculture Canada

Communications Canada

Forêts Canada Forestry Canada

Transport Canada Transports Canada

Public Works Canada Travaux publics Canada

Table 2
Combining the signature and wordmark

To choose an appropriate combination:

1. Refer to the column for the signature size selected in Table 1 (e.g. S-1, S-2, S-3).

2. Find your organization's signature or one that is similar in length, and select a size combination that appears to provide a good visual relationship between the wordmark and the length of the signature. (See also Figure 9.)

3. Refer to the codes (e.g. S-1/C-1) when ordering markings.

Tableau 2
Appariement de la signature et du mot-symbole

Afin de choisir une combinaison convenable:

1. Consulter la colonne qui correspond au corps de la signature choisie à l'aide du tableau 1 (soit S-1, S-2 ou S-3).

2. Répérer la signature de votre organisme ou celle qui lui correspond le plus en termes de longueur, et choisir une combinaison qui semble produire un bon rapport visuel entre le mot-symbole et la longueur de la signature. (Voir aussi la figure 9.)

3. Citer les codes (p.ex. S-1/C-1) lors de l'acquisition du marquage .

S-1

S-1/C-1

Forêts Canada / Forestry Canada
Transport Canada / Transports Canada
Environnement Canada / Environment Canada
Public Works Canada / Travaux publics Canada
National Archives of Canada / Archives nationales du Canada

Canada

S-1 / C-2

National Archives of Canada / Archives nationales du Canada
Emploi et Immigration Canada / Employment and Immigration Canada
Approvisionnements et Services Canada / Supply and Services Canada
Health and Welfare Canada / Santé et Bien-être social Canada
Consumer and Corporate Affairs Canada / Consommation et Corporations Canada

Canada

S-1 / C-3

Health and Welfare Canada / Santé et Bien-être social Canada
Consumer and Corporate Affairs Canada / Consommation et Corporations Canada

Canada

S-2

S-2 / C-1

Agriculture Canada
Forêts Canada / Forestry Canada
Transport Canada / Transports Canada
Environnement Canada / Environment Canada

Canada

S-2 / C-2

Environnement Canada / Environment Canada
Public Works Canada / Travaux publics Canada
National Archives of Canada / Archives nationales du Canada

Canada

S-2 / C-3

National Archives of Canada / Archives nationales du Canada
Emploi et Immigration Canada / Employment and Immigration Canada
Approvisionnements et Services Canada / Supply and Services Canada

Canada

S-3

S-3 / C-1

Agriculture Canada
Forêts Canada / Forestry Canada
Transport Canada / Transports Canada

Canada

S-3 / C-2

Forêts Canada / Forestry Canada
Transport Canada / Transports Canada
Public Works Canada / Travaux publics Canada

Canada

S-3 / C-3

Transport Canada / Transports Canada
Public Works Canada / Travaux publics Canada

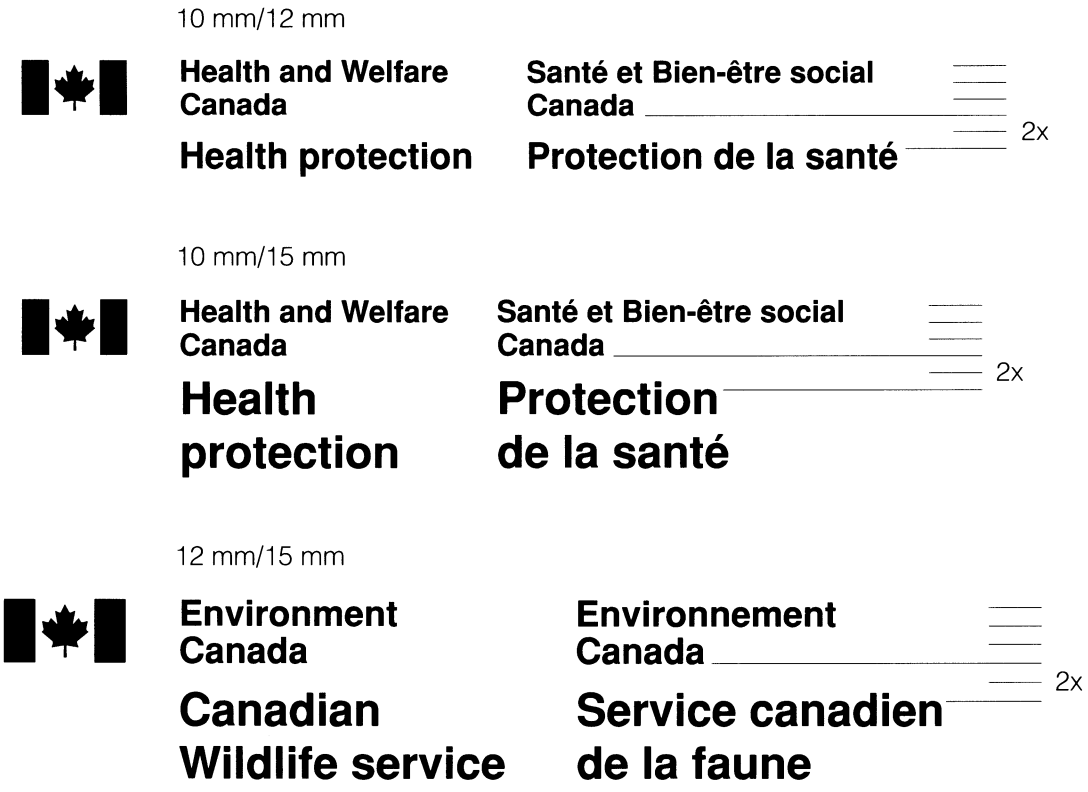
Canada

Size of service titles
Normally, service titles should appear in a character size that is larger than the size used for the institution's signature (**Fig. 10**). To create emphasis, the following size relationships between signature and service title may be used: 10 mm and 12 mm; 10 mm and 15 mm; or 12 mm and 15 mm. It is recognized that the relative length of the signature or the service title, as well as any space restrictions may limit the choice of sizes referred to above.

Corps du titre de service
En règle générale, on utilise, pour le titre de service, un corps supérieur à celui utilisé pour la signature de l'institution (**Fig. 10**). Pour souligner le titre de service, on peut utiliser les combinaisons suivantes pour la signature et le titre de service: 10 mm et 12 mm; 10 mm et 15 mm; ou 12 mm et 15 mm. Il est à noter que la longueur relative de la signature ou du titre de service, ainsi que toute restriction en matière d'espace, peut limiter le choix de corps de caractères.

Fig. 10
Size relationships when using a service title.

Rapports de corps lorsqu'un titre de service est utilisé.



Placement of markings

Markings for each vehicle should be provided in a set, consisting of two decals each of the signature and of the ''Canada'' wordmark in the appropriate colour and sizes established for the type of vehicle. Described here is the positioning of markings on doors, the common method of identifying a vehicle.

Placement on doors

The decals bearing the signature and the wordmark should be positioned on both front doors as shown (**Fig. 11**). Exact left-to-right and top-to-bottom placement on a door may vary due to variations of shape, contour, attachments or other obstacles.

Emplacement des repères d'identification

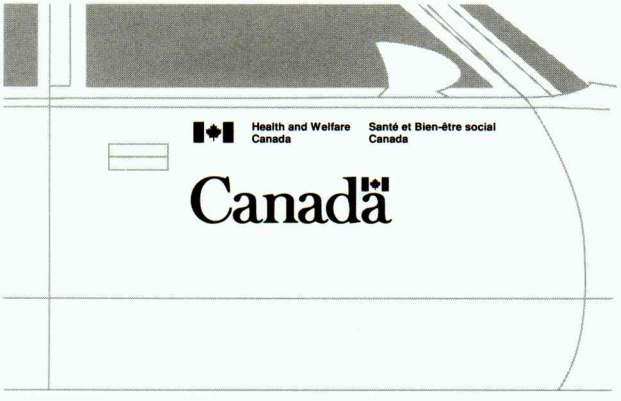
Pour chaque véhicule devant être marqué on devrait fournir un jeu de repères comprenant deux décalques de la signature et deux du mot-symbole «Canada», dont la couleur et le corps sont ceux établis pour le type de véhicule en question. La position des repères d'identification sur les portières, soit la méthode employée couramment pour identifier un véhicule, est décrite ci-après.

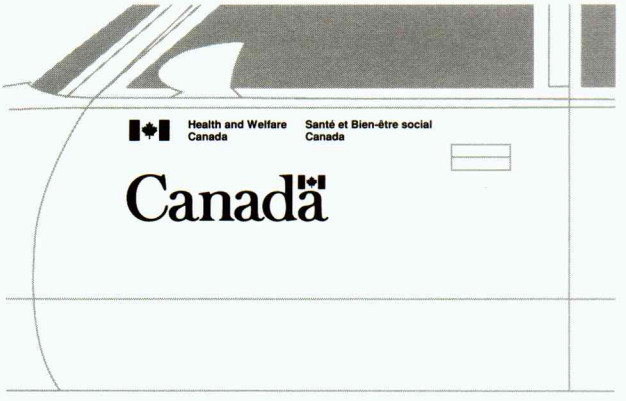
Apposition sur les portières

Les décalques portant la signature et le mot-symbole devraient être apposés sur les deux portières avant, comme l'indique la **figure 11**. L'emplacement exact par rapport à la gauche et à la droite et de haut en bas peut varier en raison de la différence de forme, de contour, d'accessoires ou d'autres obstacles.

Fig. 11
Installation of decals. Installation des décalques.

Health and Welfare Canada
Santé et Bien-être social Canada
Canada
Blue outline indicates carrier tape prior to removal.
Le trait bleu indique le support d'application avant qu'il soit enlevé.





Space between signature and wordmark

The space between the base line of the signature and the top of the ''Canada'' wordmark should measure approximately 80 mm (the minimum space is 60 mm). See **Figure 12**.

Vertical alignment

Generally, the ''Canada'' wordmark is vertically aligned with the flag symbol of the signature **(Fig. 13)**. In some cases, it may be more effective to centre the wordmark below the signature instead of aligning it on the left **(Fig. 14)**. In view of the many differences with respect to markings and vehicle doors, some judgement will be needed to choose the alignment that appears to be most effective.

In cases where the signature incorporates additional words such as a service title, the wordmark may be vertically aligned with the left column of the text above **(Fig. 15)**.

Espacement entre la signature et le mot-symbole

L'espacement entre la ligne de base de la signature et le haut du mot-symbole «Canada» devrait être de 80 mm environ (l'espace minimal est de 60 mm). Voir la **figure 12**.

Alignement vertical

En règle générale, le mot-symbole «Canada» est aligné verticalement avec le drapeau dans la signature **(Fig. 13)**. Dans certains cas, il peut être plus efficace de centrer le mot-symbole sous la signature, plutôt que de l'aligner à gauche **(Fig. 14)**. Devant les nombreuses différences dans le cas des repères d'identification et des portières de véhicules, il faut faire preuve d'un certain discernement pour choisir l'alignement qui semble le plus approprié.

Lorsque la signature est accompagnée de textes supplémentaires comme un titre de service, le mot-symbole peut être aligné verticalement avec la colonne de gauche du texte au-dessus **(Fig. 15)**.

Fig. 12
Space between signature and wordmark.

Espace entre la signature et le mot-symbole.

Fig. 13
Vertical alignment.

Alignement vertical.

Fig. 14
Centering the wordmark below the signature.

Le mot-symbole centré dessous la signature.

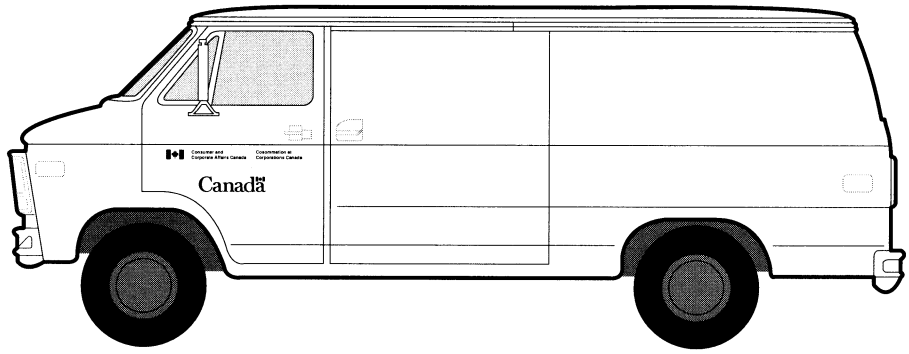
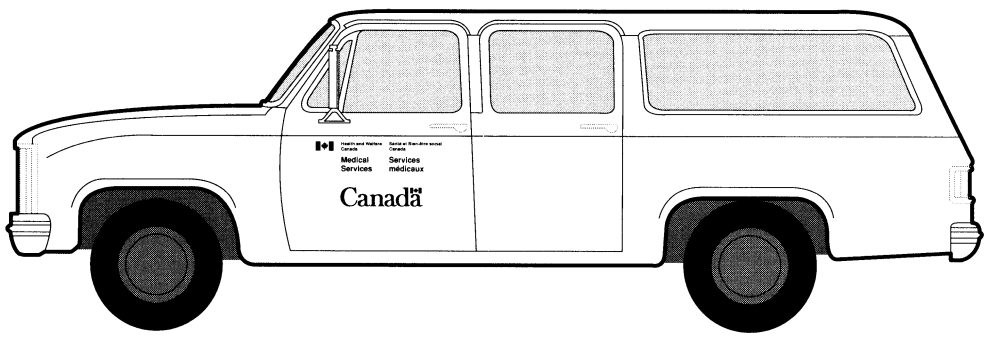


Fig. 15
Placement of the wordmark when using a service title.

Disposition du mot-symbole lorsqu'un titre de service est utilisé.



Installation and maintenance

Accurate installation of the markings is essential if the intent of FIP guidelines is to be met. Basic instructions for installing decals are provided with each set. The institution that operates the vehicle should normally issue additional instructions that are specific to the vehicle to be marked.

Ensuring that the appearance of markings will be maintained is part of general vehicle maintenance. Markings that are damaged or deteriorated should be replaced as soon as possible.

Installation et entretien

L'installation soignée des repères d'identification est essentielle pour respecter les lignes directrices du PCIM. Des instructions de base pour installer les décalques sont fournies avec chaque jeu de repères. L'institution qui exploite le véhicule devrait généralement émettre des instructions supplémentaires se rapportant expressément au véhicule à identifier.

L'entretien des repères d'identification s'inscrit dans le cadre de l'entretien général des véhicules. Les repères endommagés ou détériorés devraient être remplacés dans les plus brefs délais.

Special requirements

Set out here are factors that apply when special requirements have to be met. The selection of markings and sizes will normally require design advice (see ''Enquiries''). In view of the variances with respect to size, type and function of a vehicle, special requirements are treated here by means of suggested practices.

Vehicles bearing a stripe

When designing markings in conjunction with a horizontal stripe, the width of the stripe should be proportional to the size of the vehicle. For example, for purposes of illustrating the vehicle shown in Figure 16, a stripe of 180 mm was used.

Markings that are applied on a horizontal stripe should have certain proportions in relation to the width of the stripe. The suggested ratio between the width of the stripe, the x-height of the wordmark, and the x-height of the signature is 100:39:11 **(Fig. 16)**. For example, a stripe measuring 180 mm in width would require a wordmark having an x-height of 70 mm and a signature of 20 mm.

Exigences spéciales

Énoncés ci-après sont les facteurs applicables dans le cas des exigences spéciales. Le choix du marquage et de ses dimensions se fera habituellement selon des conseils sur la conception (voir «Demandes de renseignements»). Comme la dimension, le type et la fonction diffèrent pour chaque véhicule, les exigences spéciales sont décrites sous forme d'exemples.

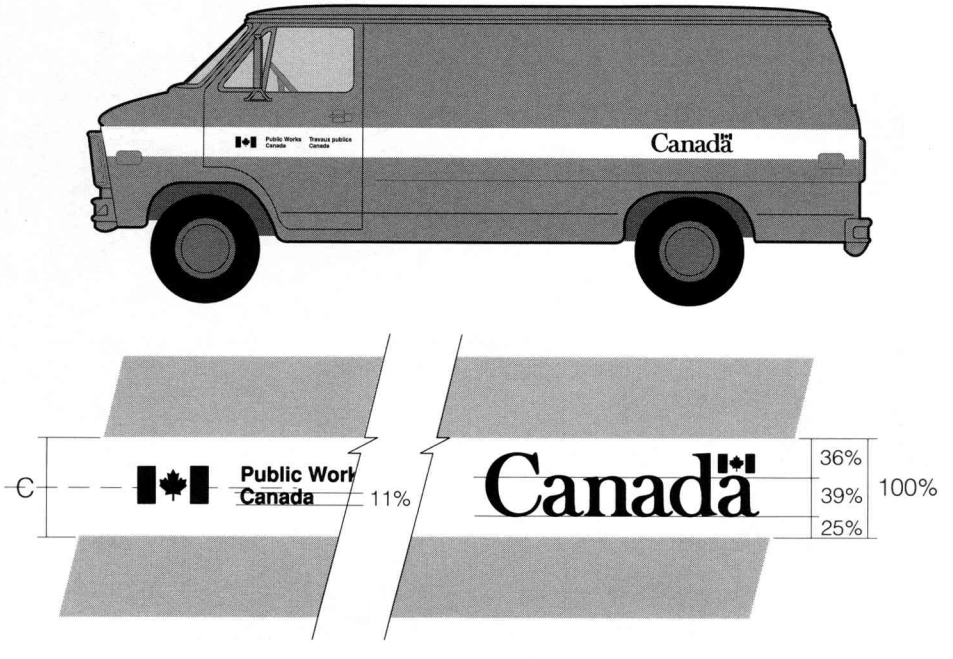
Véhicules portant une bande

Dans la conception du marquage des véhicules portant une bande horizontale, la largeur de la bande devrait être proportionnelle à la grosseur du véhicule. Par exemple, pour le marquage du véhicule montré à la figure 16, une bande de 180 mm a été utilisée.

Les proportions des inscriptions qui sont apposées sur une bande horizontale doivent être fonction de la largeur de la bande. Le rapport proposé entre la largeur de la bande, la hauteur «x» du mot-symbole et la hauteur«x» de la signature est de 100:39:11 **(Fig. 16)**. Par exemple, une bande mesurant 180 mm de largeur portera un mot-symbole de 70 mm et une signature de 20 mm.

Fig. 16
Suggested placement of markings on a stripe.

Disposition recommandée lorsque le marquage est apposé sur une bande.



Trucks, trailers and special purpose vehicles

To determine the size and placement of markings, an assessment of the vehicle is required. This should include the operational requirements and the surfaces suitable for the markings. The assessment, as well as a photograph, should be provided when seeking design advice.

The designs shown in **Figure 17** indicate several approaches but evidently do not explore all options. It is recommended that markings should be tailored to the particular vehicle.

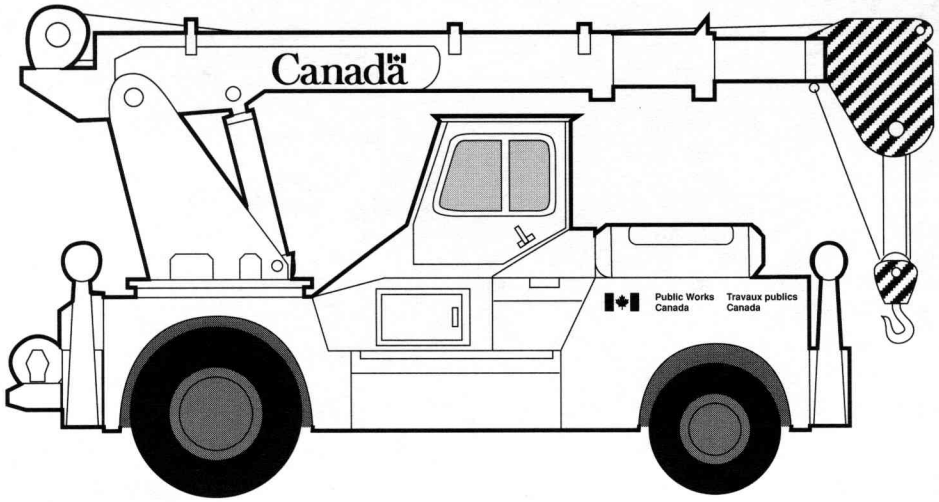
Camions, remorques et véhicules ayant une fonction spéciale

Pour déterminer la dimension et l'emplacement du marquage, il faut d'abord procéder à l'évaluation du véhicule et tenir compte notamment des besoins opérationnels et des surfaces qui conviennent au marquage. Lorsqu'on demande conseil sur la conception, on devrait fournir l'évaluation ainsi qu'une photo.

La **figure 17** présente plusieurs façons de procéder, mais ne donne pas toutes les options en matière de conception. Il est recommandé de concevoir le marquage en fonction du véhicule particulier.

Fig. 17
Suggested marking of special purpose vehicles.

Marquage recommandé pour les véhicules ayant une fonction spéciale.



Substrates for markings

To ensure good adhesion and to avoid distortions, markings should be applied to smooth surfaces. Vehicle bodies consisting of irregular surfaces (e.g. ribbed metal) will require the installation of a suitable substrate (plate) to bear the markings (Fig. 18).

Support pour le marquage

Le marquage doit être apposé sur une surface lisse pour assurer une bonne adhésion et éviter les distorsions. Pour les carrosseries de véhicules à surfaces irrégulières (métal ondulé, par exemple), il faut installer un support convenable (une plaque) pour le marquage (Fig. 18).

Fig. 18
Suggested use of a substrate for the markings.

Utilisation recommandée d'un support pour le marquage.

"Canada" wordmark

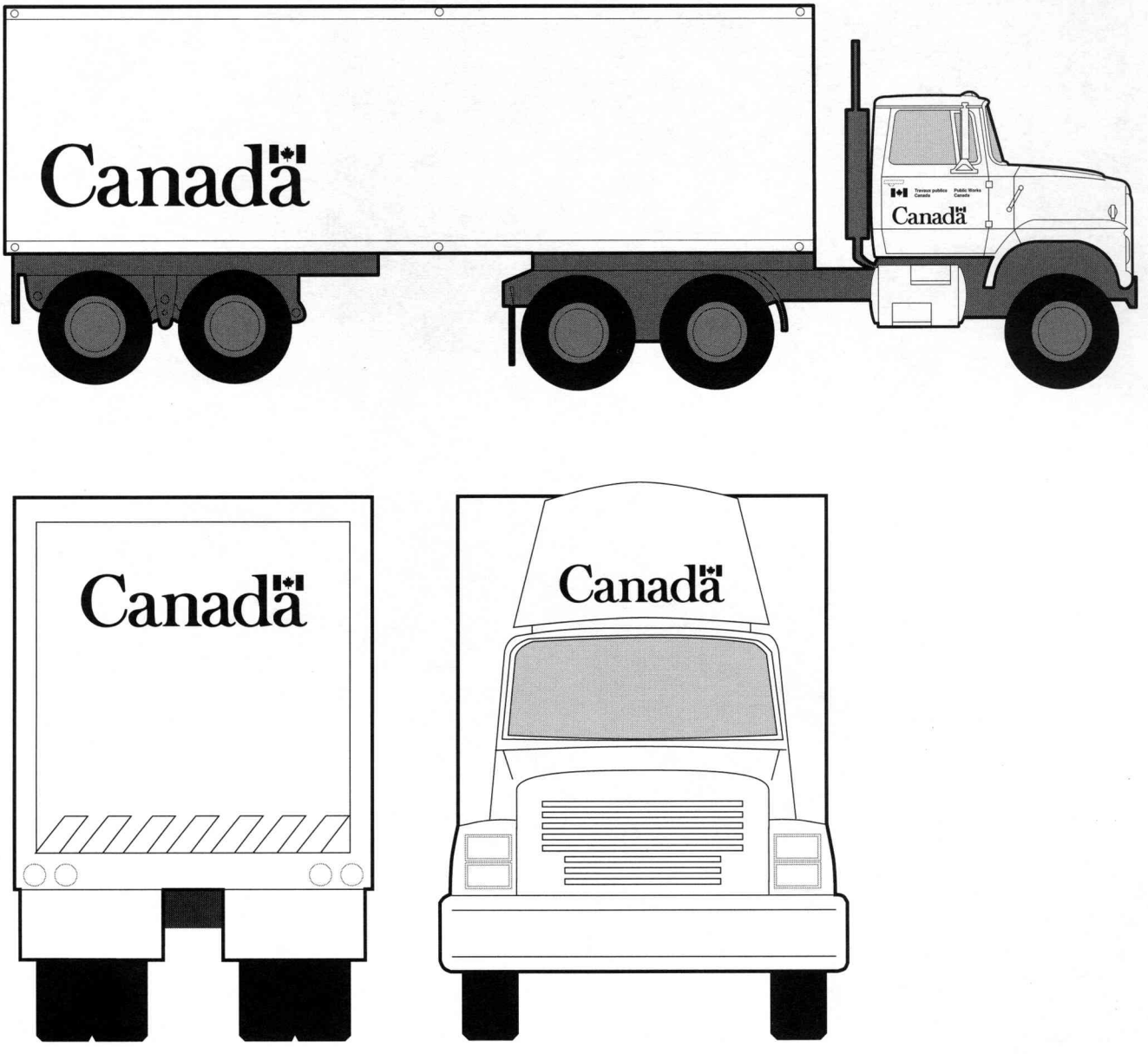
In addition to displaying the wordmark together with the signature on the front door, the wordmark may also be presented on its own on the sides, rear and front of certain vehicles. Examples are trailers that provide large surface areas allowing an effective display of the wordmark. Generally, the size of the wordmark should be in proportion to the overall surface area (**Fig. 19**).

Mot-symbole «Canada»

En plus de paraître avec la signature sur la portière avant, le mot-symbole peut être affiché seul sur les côtés, à l'arrière ou à l'avant de certains véhicules. Les remorques pourvues d'une grande surface permettant un affichage efficace du mot-symbole en sont un bon exemple. En règle générale, la dimension du mot-symbole devrait être proportionnelle à la surface globale, comme l'indique la **figure 19**.

Fig. 19
Suggested display of the wordmark

Affichage recommandé du mot-symbole.



Source of supply

A central source of supply, intended to ensure consistency in the application of design and material standards for all vehicle markings, has been established within Supply and Services Canada (SSC). Use of this source for the supply of markings is mandatory for all departments and departmental corporations named in Schedules I and II to the *Financial Administration Act*, and for all branches designated as departments for purposes of the Act. Parent corporations named in Schedule III, Part 1 (and subject to FIP policy) are encouraged to use the services and expertise of this source as well.

Standards of service

The following schedule is based on the date that the client provides Supply and Services Canada (i.e. Canadian Government Expositions and Audio-Visual Centre) with a completed order form or a funded requisition (as applicable):

- layout and cost quotation - three weeks;
- production and delivery of the markings - four weeks.

These time frames represent normal delivery schedules. Should a significant delay occur, or is expected to occur, SSC will at once notify the client in writing and provide an explanation for the delay.

Quality control

Both workmanship and materials are the responsibility of SSC. All materials used must be in strict accordance with CGSB standards and FIP design standards. Should defects in workmanship or materials occur, SSC is responsible for rectifying the problem as soon as possible. Warranties on materials are limited to those given to SSC by suppliers and contractors.

Material specifications

All markings are fabricated as pressure-sensitive decals. The following standards and specifications of the Canadian General Standards Board (CGSB) pertain to the materials for markings:

62.3-M	Prefabricated Markings, Exterior, for Aircraft
62.8-M	Prefabricated Opaque Markings, General Purpose, for Use on Exterior and Interior Surfaces
62.9-M	Prefabricated Markings, Positionable, Exterior, for Aircraft, Ground Equipment and Facilities
109.2-M	Letters and Symbols, Die-cut Film, FIP
1-GP-12	Standard Paint Colors
1-GP-191M	Fast Drying, Automotive Refinishing, Enamel, Gloss

Note: These publications may be obtained from the Canadian Government Publishing Centre, Supply and Services Canada.

Approvisionnement

Une source centrale d'approvisionnement, établie au sein d'Approvisionnements et Services Canada (ASC), s'occupe de faire appliquer uniformément les normes de design et de matériel pour tout le marquage des véhicules. Tous les ministères et organismes énumérés aux Annexes I et II de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, ainsi que toutes les directions désignées comme ministères aux termes de cette Loi, sont tenues de faire appel à cette source d'approvisionnement. Les sociétés-mères énumérées à l'Annexe III, Partie I (et assujetties à la politique du PCIM) sont invitées à faire appel aux services et aux spécialistes de cette source centrale.

Normes de service

Les délais de livraison indiqués ci-après sont fonction de la date à laquelle le client transmet une formule de commande dûment remplie ou, le cas échéant, une requête provisionnée à Approvisionnements et Services Canada (c.-à-d. Centre des expositions et de l'audio-visuel du gouvernement canadien):

- disposition et calcul du prix - trois semaines;
- fabrication et livraison du marquage - quatre semaines.

Ces données représentent les délais habituels de livraison. En cas de retard important réel ou prévisible, ASC informera immédiatement le client par écrit et lui fournira une explication.

Contrôle de la qualité

Le contrôle de la qualité tant de la main-d'oeuvre que du matériel incombera à ASC. Tous les matériaux utilisés devront être strictement conformes aux normes de l'ONGC et aux normes graphiques du PCIM. En cas de défectuosité, du matériel ou de l'ouvrage, ASC aura la responsabilité de corriger le problème dans les plus brefs délais. Les garanties fournies sur les matériaux se limiteront à celles données à ASC par les fournisseurs et les entrepreneurs.

Spécifications relatives aux matériaux

Tous les repères d'identification sont des décalques autocollants. Les normes et spécifications suivantes de l'Office des normes générales du Canada (ONGC) se rapportent aux matériaux employés pour les repères:

62.3-M	Repères d'identification, à usage extérieur, pour aéronefs
62.8-M	Repères d'identification opaques, d'usage général, pour les surfaces extérieures et intérieures
62.9-M	Repères d'identification ajustables, à usage extérieur, pour aéronefs, équipements au sol et outillages
109.2-M	Lettres et symboles découpés à l'emporte-pièce, PCIM
F1-GP-12	Couleurs étalons des peintures
1-GP-191M	Peinture-émail brillante, à séchage rapide, pour le repeinturage des carrosseries de véhicules automobiles

Note: On peut obtenir ces publications auprès du Centre d'édition du gouvernement du Canada (Approvisionnements et Services Canada).

Enquiries

Each institution is responsible for implementing these standards and guidelines and has named an official (referred to as FIP Coordinator) to manage its corporate identity. Enquiries regarding the guidelines should be routed through the FIP Coordinator of the institution concerned.

Enquiries on all aspects of design, colour, and the use of the FIP signage typeface should be directed to the Administrative Policy Branch of Treasury Board Secretariat.

Enquiries with respect to the procurement of markings should be directed to the Canadian Government Expositions and Audio-Visual Centre, Supply and Services Canada.

Demandes de renseignements

Chaque institution est responsable de la mise en oeuvre de ces normes et lignes directrices, et a nommé un représentant (qui se nomme le coordonnateur du PCIM) pour gérer son image de marque. Les demandes de renseignements relatives à ces lignes directrices devraient être acheminées au coordonnateur du PCIM de l'institution concernée.

Les demandes de renseignements relatives à tous les aspects de la conception, de la couleur et de l'utilisation du caractère de signalisation du PCIM devraient être adressées à la Direction de la politique administrative du Secrétariat du Conseil du Trésor.

Les demandes de renseignements relatives à l'acquisition de repères devraient être adressées au Centre des expositions et de l'audio-visuel du gouvernement canadien, Approvisionnements et Services Canada.

Treasury Board of Canada Secretariat

Conseil du Trésor du Canada Secrétariat

Federal Identity Program Manual

Manuel du Programme de coordination de l'image de marque

Signage

System overview and implementation

Signalisation

Aperçu du système et mise en application

December 1992

Décembre 1992

4.1

Canada

Table of Contents

Introduction 2

Background
Objectives and scope
Enquiries

Roles and responsibilities 4

Custodian department and occupant organization
Treasury Board Secretariat

Planning and managing 6

Planning the sign system for a facility
Maintaining a system

Assessing a facility and its user public 8

Nature of the facility
User public
Real property accessibility

The government's sign system 10

Design standards
Types of signs
Standard signs
Colour of signs

Perception of signs 13

Sign message
Viewing conditions
Viewing distance and character size
Illumination

Siting of signs 16

Sign dimensions
Placement and installation

Procuring services or sign products 18

Applicable policies and guidelines 19

Standards and references 19

Definitions 20

Table des matières

Introduction 2

Contexte
Objectifs et portée
Demandes de renseignements

Rôles et responsabilités 4

Ministère gardien et organisme occupant
Secrétariat du Conseil du Trésor

Planification et gestion 6

Signalisation d'une installation
Entretien d'un système

Évaluation d'une installation et de son public utilisateur 8

Genre d'installation
Public utilisateur
Accès aux biens immobiliers

Le système de signalisation du gouvernement 10

Normes graphiques
Types de panneaux
Panneaux normalisés
Couleur des panneaux

Perception des panneaux 13

Message
Visibilité qu'offre le lieu
Distance de lecture et corps de caractère
Éclairage

Choix de l'emplacement 16

Dimension du panneau
Emplacement et installation

Acquisition de services ou de produits 18

Politiques et lignes directrices pertinentes 19

Normes et références 19

Définitions 20

Introduction

The signs that identify federal real property provide assistance to users of the facilities. They also represent an important aspect of the government's visual identity. These signs communicate essential information about the facility, and about the government and its operations.

These guidelines provide an overview of the government's sign system and describe how signage should be planned and managed. These instructions are prepared for the use of planners and managers of facilities. All others who are involved in formulating messages or who are responsible for the design, procurement or placement of signs will find it helpful to consult these guidelines as well. (See the centre-fold for a visual presentation of the sign system.)

This edition of "Signage" supersedes the January 1988 version. This edition clarifies responsibilities for implementation, reflects Public Service reform and establishes links with Treasury Board policies on real property management.

Background

A review of government signs in the early seventies revealed major shortcomings with respect to quality, design and overall effectiveness. Moreover, it was found that many federal facilities lacked clear identification. To rectify this situation and to improve communications, the Treasury Board Secretariat was charged with developing a comprehensive sign system as part of the Federal Identity Program. The principal goals were: to improve the presentation of the official languages; to achieve uniformity consistent with the corporate identity; and to effect standardization. In developing the designs, emphasis was placed on functional demands, user needs, specific government-wide requirements, and standardization, both to achieve cost savings and to conform to national and international standards.

Objectives and scope

Signage represents a significant aspect of the federal identity and is linked to the following policy objectives:

- to enable the public to clearly recognize federal activities by means of consistent identification;
- to improve service to the public by facilitating access to programs and services;
- to project the equality of status of the two official languages;
- to ensure effective management of the federal identity, consistent with government-wide priorities; and
- to promote good management practices in the fields of corporate identity and information design.

Introduction

Les panneaux qui identifient les biens immobiliers fédéraux et aident les utilisateurs des installations représentent un aspect important de l'identification visuelle du gouvernement. Intégrés à leur milieu, ces panneaux transmettent de l'information essentielle sur l'installation, le gouvernement et ses activités.

Ces lignes directrices donnent un aperçu général du système de signalisation du gouvernement et décrivent comment la signalisation devrait être planifiée et gérée. Cette publication s'adresse aux planificateurs et aux gestionnaires d'installations, et à toutes les autres personnes qui formulent des messages ou sont responsables de la conception, de l'acquisition ou de l'emplacement des panneaux. (Voir l'illustration du système à la double page centrale.)

Cette édition du cahier «Signalisation» remplace la version de janvier 1988 qui a été révisée pour clarifier les responsabilités à l'égard de la mise en oeuvre, tenir compte des réformes prévues dans la fonction publique et indiquer les liens avec les politiques du Conseil du Trésor sur la gestion des biens immobiliers.

Contexte

Un examen des panneaux de signalisation du gouvernement effectué au début des années 1970 a révélé que la qualité, le design et l'efficacité globale des panneaux laissaient beaucoup à désirer. En outre, on a trouvé que beaucoup d'installations fédérales n'étaient pas identifiées clairement. Pour corriger cette situation et améliorer les communications, le Secrétariat du Conseil du Trésor a été chargé d'élaborer un système de signalisation global dans le cadre du Programme de coordination de l'image de marque. Les principaux objectifs étaient les suivants : améliorer la présentation des langues officielles; uniformiser la signalisation avec l'image de marque; et normaliser les panneaux de signalisation. Dans la conception des panneaux, on a mis l'accent sur les demandes fonctionnelles, les besoins des utilisateurs, les exigences propres à l'ensemble de l'administration fédérale, et la normalisation en cherchant en même temps à réaliser des économies et à respecter les normes nationales et internationales.

Objectifs et portée

La signalisation représente un aspect important de l'identification visuelle du gouvernement et est liée aux objectifs de politique suivants :

- permettre au public de reconnaître facilement les activités fédérales au moyen d'une image de marque uniforme;
- améliorer le service au public en facilitant l'accès aux programmes et aux services;
- respecter le statut d'égalité entre les deux langues officielles;
- assurer la gestion efficace de l'image de marque fédérale conformément aux priorités de l'administration fédérale; et
- favoriser de bonnes pratiques de gestion dans le domaine de l'image de marque et du design.

The following goals pertain to the sign system. The system is intended to:

- improve communications through consistent appearance and clear, readily understood messages;
- achieve visual consistency throughout the government and compatibility with national and international standards; and
- effect cost savings through standardization of the system's components.

In summary, the system is intended to meet the operational requirements of departments, to help implement government policy and, most importantly, to assist the user public.

Scope and application

The system applies to a broad range of sign messages that identify, direct, regulate, warn or inform. The different types of signs are referred to as primary identification signs, common-use signs, operational signs, and project signs. This system is to be used by all federal institutions that are subject to FIP policy.

Signs that are prescribed by a regulatory authority are not covered by these guidelines. Examples are traffic signs, which are subject to the *Manual of Uniform Traffic Control Devices for Canada,* and emergency exit signs, which are prescribed by the *National Building Code.*

Related policies

The guidelines on signage are related to Treasury Board policies on communications and real property management, as well as to the policy of the Federal Identity Program. (See "Applicable policies and guidelines" in this section.)

Enquiries

Treasury Board policy requires that each institution that is subject to FIP name an official to manage its corporate identity. All enquiries should be routed through the designated official, who is usually referred to as the FIP Coordinator.

Enquiries about the guidelines and design standards should be directed to:

Federal Identity Program
Administrative Policy Branch
Treasury Board Secretariat

Les objectifs qui suivent s'appliquent plus précisément au système de signalisation :

- améliorer les communications au moyen d'un aspect uniforme, et de messages clairs et faciles à comprendre;
- parvenir à une cohérence visuelle dans l'administration fédérale, et assurer la compatibilité avec les normes nationales et internationales; et
- réaliser des économies grâce à la normalisation des éléments du système.

Pour résumer, le système vise à répondre aux exigences opérationnelles des ministères, à aider à mettre en oeuvre la politique du gouvernement et, surtout, à aider le public utilisateur.

Portée et application

Le système s'applique à une vaste gamme de messages qui servent à identifier, à diriger, à réglementer, à avertir ou à informer. Les différents types de panneaux sont les panneaux d'identification principaux, les panneaux d'usage courant, les panneaux fonctionnels et les panneaux de projet. Le système doit être utilisé par toutes les institutions fédérales assujetties à la politique du PCIM.

Sont exclus de ce système tous les panneaux assujettis à des règlements, par exemple, les panneaux de circulation régis par le *Manual of Uniform Traffic Control Devices for Canada* ou les panneaux de sortie d'urgence prévus par le *Code national du bâtiment.*

Politiques relatives au sujet

Outre la politique du PCIM, les lignes directrices de la signalisation touchent aux politiques relatives aux communications et à la gestion des biens immobiliers. (Voir «Politiques et lignes directrices pertinentes» dans cette section.)

Demandes de renseignements

La politique du Conseil du Trésor stipule que chaque institution assujettie au PCIM nomme un responsable pour assurer la gestion de son image de marque. Toutes les demandes de renseignements doivent être acheminées par l'entremise du responsable désigné, habituellement appelé coordonnateur du PCIM.

Les demandes de renseignements concernant les lignes directrices et les normes graphiques devraient être adressées à :

Programme de coordination de l'image de marque
Direction de la politique administrative
Secrétariat du Conseil du Trésor

Roles and responsibilities

Because of the diversity of federal institutions, there is no one way to organize functional responsibilities for signage. Government departments and agencies are diverse in terms of their size, mandate, services, modes of service delivery and, of course, needs concerning signage. Moreover, the function of real property management is organized with varying degrees of centralization or decentralization at the headquarters, regional, and district levels. Despite these variances, there should be a common understanding of roles and responsibilities concerning signage.

Custodian department and occupant organization

Signage is a shared responsibility that involves both the custodian department and the organization that occupies federal real property. **Table 1** indicates the activities and roles concerning the different types of signs and the areas of shared responsibility. This overview is intended to help assign functional responsibilities within an organization. The letter codes used in the table are defined below:

C – Custodian department, the organization that administers and manages federal real property;

O – Occupant, the federal organization that occupies the real property.

Note: To indicate that the organization has a secondary role, the code is shown in parenthesis.

Rôles et responsabilités

À cause de la diversité des institutions fédérales, il n'existe pas qu'une seule façon d'organiser les responsabilités fonctionnelles de la signalisation. Les ministères et les organismes fédéraux n'ont pas tous la même taille, le même mandat, les mêmes modes de prestation des services, ils n'offrent pas les mêmes services et n'ont pas, bien entendu, les mêmes besoins en matière de signalisation. En outre, la fonction de gestion des biens immobiliers est plus ou moins centralisée ou décentralisée aux niveaux des administrations centrales, des bureaux régionaux et des districts. Malgré ces différences, les rôles et responsabilités en matière de signalisation devraient être compris par toutes les parties concernées.

Ministère gardien et organisme occupant

Le ministère gardien et l'occupant des biens immobiliers fédéraux sont conjointement responsables de la signalisation. Le **Tableau 1** précise les rôles et responsabilités concernant les différents types de panneaux et les secteurs de responsabilité commune. Il vise à faciliter la répartition des responsabilités fonctionnelles au sein d'un organisme. Les codes lettres utilisés dans le tableau sont les suivants :

G – Ministère gardien, l'organisme qui administre et gère les biens immobiliers fédéraux;

O – Occupant, l'organisme fédéral qui occupe le bien immobilier.

Note : Pour indiquer que l'organisme joue un rôle secondaire, le code est mis entre parenthèses.

Table 1
Roles and responsibilities

Activities	Primary signs	Common-use signs	Operational signs
Planning consultation coordination	**C**	**C**	**O**
Message choice formulation	**C**(O)	**C**(O)	**O**
Procurement	**C**	**C**	**O**
Placement installation removal	**C**	**C**	**O**(C)
Management of sign system	**C**	**C**	**O**

Tableau 1
Rôles et responsabilités

Activités	Panneaux principaux	Panneaux d'usage courant	Panneaux fonctionnels
Planification consultation coordination	**G**	**G**	**O**
Message choix formulation	**G**(O)	**G**(O)	**O**
Acquisition	**G**	**G**	**O**
Emplacement installation enlèvement	**G**	**G**	**O**(G)
Gestion du système de signalisation	**G**	**G**	**O**

Lease agreements

The custodian department is responsible for specifying and negotiating signage requirements for real property that is leased from the private sector. The lease or occupancy agreement should include a clause that permits the installation of appropriate identification and directional signs.

Project signs

The federal organization that manages a project is responsible for the sign that identifies it.

Treasury Board Secretariat

As stated in the policy, the Treasury Board Secretariat (TBS) provides functional leadership for the government's corporate identity. It is also responsible for coordinating implementation. With respect to signage, TBS:

- develops or revises design standards and guidelines in consultation with the FIP Standing Committee on Sign Development (see below);
- ensures compatibility with national and international standards (e.g. graphic symbols) through liaison with the appropriate standards organizations; and
- monitors implementation of the sign system by assessing compliance with the policy and conformance with standards.

FIP Standing Committee

The FIP Standing Committee on Sign Development advises the Treasury Board Secretariat on all matters concerning government signage. The Committee develops and maintains design standards and addresses new government-wide requirements. Enquiries concerning the Committee should be directed to the Administrative Policy Branch, Treasury Board Secretariat.

Conventions de bail

Il incombe au ministère gardien de déterminer et de négocier ses besoins en matière de signalisation pour les biens immobiliers loués du secteur privé. Le bail ou la convention d'occupation des locaux devrait contenir une clause permettant l'installation de panneaux d'identification et d'orientation.

Panneaux de projet

La responsabilité d'un panneau de projet incombe à l'organisme fédéral chargé de gérer le projet.

Secrétariat du Conseil du Trésor

Comme l'indique la politique, le Secrétariat du Conseil du Trésor (SCT) assure le leadership fonctionnel de l'image de marque de l'administration fédérale et coordonne sa mise en oeuvre. En ce qui concerne la signalisation proprement dite, le SCT :

- élabore ou révise les normes graphiques et les lignes directrices avec le Comité permanent du PCIM chargé de l'élaboration des panneaux (voir ci-dessous);
- veille à la compatibilité avec les normes nationales et internationales (par exemple, les symboles graphiques) en consultant les organismes compétents de normalisation; et
- surveille la mise en oeuvre du système de signalisation en évaluant sa conformité à la politique et aux normes.

Comité permanent du PCIM

Le Comité permanent du PCIM chargé de l'élaboration des panneaux conseille le Secrétariat du Conseil du Trésor en matière de signalisation du gouvernement. La tâche du Comité consiste à élaborer et à maintenir les normes graphiques, et à répondre aux nouveaux besoins touchant l'ensemble de l'administration fédérale. Les demandes de renseignements concernant le Comité devraient être acheminées à la Direction de la politique administrative, Secrétariat du Conseil du Trésor.

Planning and managing

Signage has a direct influence on the operation and appearance of government facilities and, therefore, should be planned. Ideally, signs should be seen as part of an environmental information system that helps users to understand their environment and guides them to their destination. Planning signage means interpreting the needs of users and defining operational requirements.

Creating a "readable" environment

Signs should provide clear, unambiguous answers to three questions: where am I and where am I going; how will I get there; how will I know when I have arrived. Good signage helps to explain the facility and, in a sense, answers questions before they are asked. A well planned system enables people to find their destination readily and quickly, reducing the need to search or to ask questions.

All signs within a facility tend to interact, and the effectiveness of a system depends on all its components being consistent.

Planning the sign system for a facility

The following should be considered when planning a sign system:

- physical characteristics of the building or site;
- direction and type of traffic flow;
- means of access;
- needs of the user public;
- wayfinding;
- messages related to common services, health, safety and security;
- sequence, priority and grouping of sign messages;
- placement and installation of signs; and
- illumination of signs.

Consultation and coordination

The planning and management of signage involves functional areas that include:

- property management;
- facilities planning;
- health and safety; and
- security.

Standardization of operational signs

A department with a significant investment in signage may consider standardizing its operational signs. Standardization could improve communications, simplify procurement and reduce costs. Several departments (e.g. Public Works Canada; Transport Canada; and Revenue Canada, Customs and Excise) have taken steps to rationalize their signage requirements. These initiatives vary according to needs and may include the development of standard terminologies or messages, common sign formats and sizes, catalogues of sign products, or complete sign systems.

Planification et gestion

Étant donné qu'elle a un effet direct sur l'exploitation et l'apparence des installations gouvernementales, la signalisation devrait être planifiée. Les panneaux devraient être planifiés de manière à constituer un système intégré qui explique le milieu et facilite l'orientation des utilisateurs. La planification consiste donc à interpréter les besoins des utilisateurs et à définir les exigences opérationnelles.

Créer un milieu «lisible»

Les panneaux devraient fournir des réponses claires et sans ambiguïté à trois questions : Où suis-je et où vais-je ? Comment vais-je m'y rendre ? Quand saurai-je que je suis arrivé ? Une bonne signalisation aide à expliquer l'installation et, dans un certain sens, répond aux questions avant qu'elles soient posées. Un système bien planifié permet aux gens de trouver leur destination facilement et rapidement, réduisant ainsi le besoin de chercher et de poser des questions.

Tous les panneaux à l'intérieur d'une installation sont naturellement interdépendants et l'efficacité d'un système dépend du degré d'uniformité de tous ses éléments constituants.

Signalisation d'une installation

Les éléments suivants devraient être évalués à l'étape de la planification :

- les caractéristiques physiques de l'immeuble ou du site;
- la direction et le type de circulation;
- les moyens d'accès;
- les besoins des publics utilisateurs;
- les façons de s'orienter;
- les messages concernant les services communs, la santé et la sécurité au travail, et la sécurité;
- l'ordre, la priorité et le groupement des messages de signalisation;
- le choix de l'emplacement et l'installation des panneaux;
- l'éclairage.

Consultation et coordination

La planification et la gestion de la signalisation font intervenir des services fonctionnels, notamment :

- la gestion des installations;
- la planification des installations;
- la santé et la sécurité au travail;
- les services de sécurité.

Normalisation des panneaux fonctionnels

Un ministère qui a une signalisation importante peut envisager d'uniformiser ses panneaux fonctionnels dans le but d'améliorer les communications, de simplifier les achats et de réduire les coûts. Plusieurs ministères (Travaux publics Canada; Transports Canada; Revenu Canada, Douanes et Accise) ont pris des mesures pour rationaliser leurs exigences en matière de signalisation. Ces initiatives varient selon les besoins, notamment l'élaboration de terminologies ou de messages uniformes, des dimensions et des formats communs pour les panneaux, des répertoires de produits de signalisation ou des systèmes complets de signalisation.

Maintaining a system

The dynamics of organizations will invariably affect their signage. Changes caused by reorganizations, relocations or new operations will call for additional messages, modifications or the removal of signs. Managing a system includes keeping information current and removing signs with messages that are obsolete or redundant.

The effectiveness of a system also depends on the physical appearance of signs. Periodic inspection and maintenance is needed to keep sign faces clean, and to repair or replace signs that are deteriorated or defaced.

Entretien d'un système

La dynamique des organisations aura invariablement un effet sur leur signalisation. Les changements résultant des réorganisations, des réinstallations ou des nouvelles activités réclament des messages supplémentaires, des modifications ou l'enlèvement de panneaux. La gestion d'un système inclut donc la mise à jour des panneaux et l'enlèvement de ceux portant des messages devenus désuets ou redondants.

L'efficacité d'un système repose aussi sur l'apparence des panneaux. Les travaux d'inspection et d'entretien périodiques devraient notamment prévoir le nettoyage des panneaux et la réparation ou le remplacement de ceux détériorés ou endommagés.

Assessing a facility and its user public

Nature of the facility

The type of occupancy and the status of ownership of a facility normally influence decisions concerning signage. For example, several federal institutions may share a facility or it may be occupied by a mix of public and private sector organizations. Furthermore, the nature of the building or site may dictate decisions concerning the size and placement of signs.

Single or multi-occupancy facility

The type of occupancy determines the signature that is used on the primary sign or directory board. The signature of the occupant organization identifies a facility that is occupied by a single organization. Those facilities shared by two or more federal organizations (multi-occupancy facilities) are identified by the "Government of Canada" signature.

Crown-owned or leased facility

The ownership of real property can affect decisions concerning the placement and installation of signs. This applies particularly to signs required for accommodation that is leased. (See "Roles and responsibilities" in this section). The installation of an exterior sign may be subject to restrictions (e.g. a municipal sign By-law).

Signs provided by the lessor

There are cases where a lessor provides directional signs as a tenant service. Such signs would not be subject to government policy and design standards although they could, of course, refer to a federal institution.

Heritage buildings

Signs intended for a heritage building require special considerations. The dimensions of signs, their placement and the method of installation are critical factors in maintaining the visual integrity of such buildings. (See section 4.2, "Primary identification signs", for more details on this topic.)

User public

A general knowledge of the user public is needed in order to determine sign requirements. While some signs will be required for operational reasons, others will help to direct or inform people who are unfamiliar with a site.

Facilities to which the general public has access include: federal buildings, regional and district offices, employment and immigration centres, passport offices, customs and taxation offices, land border facilities, health services facilities, schools, museums, passenger terminals, parks and waterways.

Facilities intended primarily for employees include: offices, workshops, laboratories, research stations, telecommunications facilities, construction sites, wharves and warehouses.

Évaluation d'une installation et de son public utilisateur

Genre d'installation

Les décisions prises au sujet de la signalisation sont habituellement fonction du type d'occupation et du fait que l'installation soit ou non propriété de l'État. Par exemple, plusieurs organismes fédéraux peuvent se partager une installation ou encore celle-ci peut être occupée par des organismes des secteurs public et privé. En outre, les décisions au sujet de la dimension et de l'emplacement des panneaux peuvent être dictées par le genre d'immeuble ou de site.

Usage unique ou mixte

La signature qui figure sur le panneau principal ou le tableau répertoire est fonction du type d'occupation. Pour les installations à usage unique, on emploie la signature de l'organisme occupant. Pour les immeubles à usage mixte (ceux que se partagent au moins deux organismes fédéraux), on utilise la signature «Gouvernement du Canada».

Propriété de l'État ou location

Le fait que l'État soit propriétaire ou non d'une installation peut influer sur les décisions concernant l'emplacement et l'installation des panneaux. Cela s'applique en particulier aux panneaux des locaux loués. (Voir «Rôles et responsabilités» dans la présente section). Un panneau extérieur peut être assujettie à des restrictions (un arrêté municipal, par exemple).

Panneaux fournis par le propriétaire

Il y a des cas où un propriétaire fournit les panneaux d'orientation à titre de service aux locataires. Ces panneaux ne sont pas assujettis à la politique ni aux normes graphiques gouvernementales bien qu'ils puissent, naturellement, désigner une institution fédérale.

Immeubles du patrimoine

Les panneaux destinés aux immeubles du patrimoine doivent recevoir une attention spéciale. Les dimensions des panneaux, leur emplacement et la méthode d'installation sont des facteurs essentiels pour conserver l'intégrité visuelle de ces immeubles. (Voir la section 4.2, «Panneaux d'identification principaux», pour de plus amples détails sur ce sujet.)

Public utilisateur

Une connaissance générale du public utilisateur est nécessaire pour déterminer les besoins en matière de panneaux. Certains panneaux sont nécessaires pour des raisons opérationnelles, tandis que d'autres aideront à orienter ou à renseigner les gens qui ne connaissent pas un lieu.

Les installations auxquelles le grand public a accès incluent : les immeubles fédéraux, les bureaux régionaux et de district, les centres d'emploi et d'immigration, les bureaux de passeports, les bureaux de douanes et les centres fiscaux, les points d'entrée frontaliers, les installations des services de santé, les écoles, les musées, les gares, les parcs et les voies navigables.

Les locaux destinés principalement aux employés incluent : les bureaux, les ateliers, les laboratoires, les stations de recherche, les installations de télécommunications, les chantiers de construction, les quais et les entrepôts.

Service to the public

Government policy states that "Institutions must clearly identify real property occupied by organizational units that provide services directly to the public, and ensure that the signs make it easier to find these services."

It follows that, to meet this objective, careful planning of signage for such a facility is required. The concept of "clear" identification pertains to the size and location of a sign (visibility), the relationship of the sign to the observer (legibility), and the wording of the message (clarity).

Real property accessibility

The Treasury Board policy entitled "Real property accessibility" sets out specific requirements with respect to signs. Appendix D of the policy defines the scope.

The national standard of Canada, CAN/CSA-B651-M90, *Barrier-Free Design,* includes design requirements and provides general guidance on the use of tactile characters or symbols. The Government of Canada adopted the CSA standard to help make its buildings and other facilities accessible and safely usable by persons with physical or sensory disabilities.

Graphic requirements

A comparison of the graphic requirements prescribed by the CSA standard and those of the Federal Identity Program indicates that the character proportions and the degree of colour contrast prescribed by the two standards are fully compatible.

Differences exist, however, with respect to ratios between character size and viewing distance. This means that the character size and, consequently, the size of the sign must be increased to ensure a proper degree of legibility for persons who are visually impaired. The placement of such signs is also critical and institutions should consult the CSA standard and relevant guidelines when making decisions on sign installations.

Graphic symbols

To ensure compatibility, the graphic symbols referred to by CSA have been included in the set of symbols of the Federal Identity Program. Exceptions are signs and symbols that identify parking spaces, since their design is subject to the *Manual of Uniform Traffic Control Devices for Canada.*

Tactile signs

Design standards for tactile messages are currently being developed to meet the requirements of the Treasury Board policy and the CSA standard. The aim is to integrate tactile messages into the sign system and to establish a uniform, coherent approach to both visual and tactile messages.

Service au public

Selon la politique du gouvernement, «les institutions doivent désigner clairement les biens immobiliers occupés par des services administratifs qui servent directement le public, et veiller à ce que les panneaux aident à trouver ces services».

Pour atteindre cet objectif,il faut donc planifier avec soin la signalisation de ces installations. La dimension et l'emplacement d'un panneau (visibilité), le rapport entre le panneau et le lecteur (lisibilité) et le libellé du message (clarté) sont des éléments qui entrent en ligne de compte pour qu'un panneau identifie clairement une installation.

Accès aux biens immobiliers

La politique du Conseil du Trésor intitulée «Accès aux biens immobiliers» énonce des exigences particulières en matière de panneaux de signalisation. L'annexe D de la politique explique sa portée.

La norme nationale du Canada de l'ACNOR, CAN/CSA-B651-M90, *Norme d'accès facile,* comprend les exigences en matière de design et fournit les orientations générales sur l'usage des caractères ou des symboles tactiles. Le gouvernement du Canada a adopté la norme de l'ACNOR pour rendre ses immeubles et autres installations accessibles et utilisables en toute sécurité par les personnes ayant une déficience physique ou sensorielle.

Exigences graphiques

Une comparaison entre les exigences graphiques prescrites par la norme de l'ACNOR et celles du PCIM démontre que les proportions des caractères et l'intensité du contraste des couleurs prescrites par les deux normes sont tout à fait compatibles.

Cependant, des différences existent en ce qui concerne les rapports entre le corps des caractères et la distance de lecture. Cela signifie que le corps des caractères et, par conséquent, la dimension du panneau doivent être augmentés pour assurer une lisibilité suffisante pour les personnes qui sont atteintes d'une déficience visuelle. L'emplacement de tels panneaux est aussi important et les institutions devraient consulter la norme de l'ACNOR et les lignes directrices pertinentes lorsqu'elles prennent des décisions concernant l'installation de panneaux.

Symboles graphiques

Pour assurer la compatibilité des deux normes, les symboles graphiques utilisés dans la norme de l'ACNOR ont été inclus dans le jeu de symboles graphiques du PCIM. Les panneaux et les symboles qui identifient les espaces de stationnement font exception, parce que leur conception est assujettie au *Manual of Uniform Traffic Control Devices for Canada.*

Panneaux tactiles

Pour se conformer aux exigences de la politique du Conseil du Trésor et de la norme de l'ACNOR, des normes graphiques pour les messages tactiles sont en cours d'élaboration. Le but visé est d'intégrer des messages tactiles dans le système de signalisation du gouvernement et d'établir une approche uniforme et cohérente en ce qui concerne la signalisation visuelle et tactile.

The government's sign system

This section sets out an overview of the system, which includes primary identification, common-use, operational and project signs. For a visual presentation of the system refer to the centrefold.

Design standards

The system is based on design standards that evolved from a review of national and international standards and an assessment of the needs and practices of the government (see also "Background" in this guide). The research included existing systems of architectural signage that were designed for venues such as transportation terminals, office complexes and international events. In defining the design standards, an effort was made to achieve an optimum balance between flexibility to respond to a variety of needs, and standardization to ensure cost-effectiveness and uniformity.

Where applicable, the system is compatible with the national standard of Canada, CAN/CSA-Z321, *Signs and Symbols for the Occupational Environment,* and international standard ISO 7001, Public Information Symbols.

Design standards prescribe the use of the system's components and deal with the following aspects:

- corporate symbols;
- signage typeface;
- set of graphic symbols;
- directional arrow;
- sign layout; and
- use of colour.

The application of these standards results in a "visual language" unique to the sign system. (See the centrefold for an overview of the graphic components.)

Types of signs

Each type of sign has a specific function, as described below.

Primary identification sign

This is the first sign that identifies a federal facility and bears the signature and the wordmark. Depending on the type and location of the facility, the sign may be an exterior or an interior sign.

The advance sign is a sub-type of the primary identification sign. It may be required to indicate distance or direction to a facility that is located off the main thoroughfare or farther along the road.

Common-use sign

A common-use sign bears a message related to the facility itself; this sign would be required regardless of who occupies the premises. This type of sign includes area identification signs, directory boards, and signs related to health, safety, emergencies, and common services.

Le système de signalisation du gouvernement

Voici un aperçu du système, lequel comprend les panneaux d'identification principaux, les panneaux d'usage courant, les panneaux fonctionnels et les panneaux de projet. On trouvera à la page centrale du cahier l'illustration des divers éléments constituant le système.

Normes graphiques

Le système est fondé sur des normes graphiques qui ont évolué à partir d'un examen des normes nationales et internationales et d'une évaluation des besoins et des pratiques du gouvernement (voir aussi «Contexte» dans le présent guide). La recherche a porté sur les systèmes existants de signalisation architecturale destinés à divers sites tels que les gares, les complexes de bureaux et les événements internationaux. Dans la définition des normes graphiques, un effort a été fait pour parvenir à un équilibre entre, d'une part, la souplesse requise pour répondre à la diversité des besoins et, d'autre part, la normalisation nécessaire pour assurer la rentabilité et l'uniformité du système.

Le cas échéant, le système est compatible avec la norme canadienne, CAN/CSA-Z321, *Signaux et symboles dans le milieu de travail, et la norme internationale ISO 7001,* Public Information Symbols.

Les normes graphiques prescrivent l'utilisation des composantes du système et tiennent compte des aspects suivants :

- les symboles d'image de marque;
- le caractère de signalisation;
- le jeu de symboles graphiques;
- la flèche d'orientation;
- la disposition graphique; et
- l'utilisation de la couleur.

L'application de ces normes crée un «langage visuel» particulier au système de signalisation. (La double page centrale illustre les composantes graphiques.)

Types de panneaux

Chaque type de panneau a une fonction précise qui est décrite ci-dessous.

Panneau d'identification principal

Le panneau d'identification principal est le premier panneau qui identifie une installation fédérale et porte la signature et le mot-symbole. Selon le genre d'installation et son emplacement, il peut s'agir d'un panneau extérieur ou intérieur.

Sous-type de panneau d'identification principal, le panneau de signalisation avancée peut indiquer la distance ou la direction d'une installation située en retrait de la voie principale ou un peu plus loin sur la route.

Panneau d'usage courant

Un panneau qui porte un message ayant trait à l'installation même et qui demeure valable quels que soient les occupants, tel que les panneaux de designation de secteur, un tableau répertoire et les panneaux concernant la santé, la sécurité, les urgences et les services communs.

Operational sign
Based on the operational needs of the occupant organization, this type of sign includes directional and location signs, name plates, regulatory signs, and informational signs related to a service, facility, procedure or condition.

Project sign
A project sign provides on-site information on government programs or projects, such as employment or public works. It is intended for short-term use and has a life span of up to two years.

Standard signs

To meet government-wide requirements, many commonly used signs have been standardized with respect to their message, design, size and materials. This standardization has brought about cost savings and has simplified procurement. At present, there are about 150 items included in section 4.3A, "Standard signs". For information on ordering these signs, consult the *Catalogue of signs* of the Canada Communication Group.

Colour of signs

The system uses a set of standard colours that distinguish the different types of signs and their messages. These colours form an integral part of the design standards and should be applied consistently. An overview is provided below; for details, see the pertinent sections of this manual.

The system's basic colours are FIP dark grey and FIP light grey, the colours used for all primary identification signs. Directional and location signs, and directory boards, as well as informational signs, use FIP dark grey.

Signs that convey regulatory, warning, or emergency messages use colours that conform to national standards. As appropriate, the background colours are white plus red, black, yellow, red, or green. Signs conveying general information use blue or FIP dark grey, as appropriate.

Project signs feature colour bands that may be in FIP red, blue, green, or orange.

Standard colours
A reference system is used for the purpose of identification and colour matching. Previously, colours were identified in CGSB (Canadian General Standards Board) standard 1-GP-12, *Standard Paint Colours.* Due to the withdrawal of Parts I and II of that standard in 1991, the following reference system now applies.

Panneau fonctionnel
Un panneau portant un message relié aux besoins opérationnels de l'occupant, tel que les panneaux de direction et d'emplacement, les plaques nominatives, les panneaux de réglementation, et les panneaux qui transmettent des renseignements au sujet d'un service, d'une installation, d'une marche à suivre ou d'une condition.

Panneau de projet
Un panneau de projet renseigne sur les programmes ou les projets fédéraux, tels que l'emploi ou les travaux publics. Il est utilisé pour une période courte et sa vie utile ne dépasse pas deux ans.

Panneaux normalisés

Pour répondre aux besoins de l'administration fédérale, un grand nombre de panneaux utilisés fréquemment ont été normalisés en ce qui a trait à leur message, leur présentation graphique, leur dimension et les matériaux dont ils sont faits. Ce travail a permis de réaliser des économies et de simplifier les achats. Présentement, environ 150 articles figurent dans la section 4.3A, «Panneaux normalisés». Pour obtenir des renseignements sur la façon de commander ces panneaux, consulter le *Répertoire des panneaux* du Groupe Communication Canada.

Couleur des panneaux

Le système utilise des couleurs particulières qui distinguent les différents types de message. Ces couleurs font partie intégrante des normes graphiques et devraient être employées uniformément. Un aperçu en est donné ci-dessous. Pour les détails, on consultera les sections pertinentes du présent manuel.

Les couleurs de base du système de signalisation sont le gris foncé du PCIM et le gris pâle du PCIM pour les panneaux d'identification principaux. Le gris foncé du PCIM est utilisé pour les panneaux d'orientation et d'emplacement, les tableaux répertoires, ainsi que les panneaux d'information.

Pour les panneaux de réglementation, d'avertissement et d'urgence, on utilise des couleurs particulières, conformes aux normes nationales. Selon le cas, les couleurs utilisées pour le fond sont le blanc et le rouge, le noir, le jaune, le rouge, ou le vert.

Pour les panneaux de projet on utilise, pour les bandes, le rouge du PCIM, le bleu, le vert ou l'orange.

Couleurs standard
Un système de référence est utilisé aux fins de l'identification et de l'harmonisation de couleurs. Au paravant, les couleurs etaient identifiées dans la norme 1-GP-12 de l'ONGC (Office des normes générales du Canada), *Couleurs étalons des peintures.* En raison du retrait des parties I et II de cette norme en 1991, c'est le système de référence suivant qui s'applique maintenant.

Listed below are the colours used for the sign system. The numbers refer to colours included in a U.S. government publication entitled *Federal Standard No. 595B, Colors used in government procurement.*

- **Red:** 11120
- **Orange:** 12300
- **Yellow:** 13591
- **Green:** 14120
- **Blue:** 15092
- **Dark grey:** 26008
- **Light grey:** 26440

For information on the availability of swatches for purposes of colour matching, contact the Federal Identity Program (see "Enquiries").

Weather-resistant product. A special weather-resistant product has been approved for exterior primary identification signs where it is used for the red flag in the wordmark. This 3M product is referred to as cast-in "tomato" red vinyl No.180-13.

Using colour to assist wayfinding

As described above, the sign system employs colour to distinguish different types of messages. However, there may be cases where colour coding is used to identify specific areas and to assist wayfinding. When used for such purposes, it is recommended that no more than six colours be employed and that colour codes be applied in conjunction with other means, e.g. by reinforcing information through alpha or numeric codes. Because certain people will have difficulty in distinguishing colours, a total reliance on colour coding is considered impractical. When adopting colour codes, care should be taken to avoid possible conflict with the meaning established by the standard sign colours (e.g. a red sign normally indicates a message related to danger).

Les couleurs standard utilisées pour le système de signalisation sont énoncées ci-après. Les numéros renvoient aux couleurs indiquées dans une publication du gouvernement des États-Unis intitulée *Federal Standard No. 595B, Colors used in government procurement.*

- **Rouge :** 11120
- **Orange :** 12300
- **Jaune :** 13591
- **Vert :** 14120
- **Bleu :** 15092
- **Gris foncé :** 26008
- **Gris pâle :** 26440

Les demandes de renseignements concernant la disponibilité des échantillons de couleurs devraient être adressées au Programme de coordination de l'image de marque (voir «Demandes de renseignements»).

Produit résistant aux intempéries. Un produit spécial qui résiste aux intempéries a été approuvé pour les panneaux d'identification principaux extérieurs, où il est utilisé pour le drapeau du mot-symbole. Ce produit de la compagnie 3M, est le vinyle rouge «tomate» (obtenu par la coloration dans la masse), nº 180-13.

Emploi de la couleur aux fins de l'orientation

Comme il est décrit plus haut, le système de signalisation a recours à la couleur pour établir une distinction entre les différents types de messages. Toutefois, il peut y avoir des cas où les couleurs sont utilisées pour la désignation des secteurs et pour aider à s'orienter. Quand on utilise les couleurs à ces fins, il est recommandé de ne pas en employer plus de six. En outre, cet emploi des couleurs doit se faire de pair avec d'autres moyens, par exemple en renforçant l'information donnée à l'aide de codes alphabétiques ou numériques. Étant donné que certaines personnes distinguent mal les couleurs, il n'est pas pratique de se fier entièrement au codage par couleurs. Quand on adopte un codages par couleurs, il faut prendre soin d'éviter toute confusion avec la signification attribuée aux couleurs standard des panneaux (un panneau rouge indique normalement un message de danger, par exemple).

Perception of signs

The perception of a sign is governed by factors such as the viewing distance and angle, clarity of the message, reading time and speed of movement. All of these aspects influence an observer's ability to perceive a specific sign, to read its message and to act upon it. This means that decisions about message length, and sign size and placement are interrelated.

Sign message

Much of the effectiveness of a sign depends on the formulation of the message. This calls for a good understanding of sign communications and for emphasis on the use of plain language. Section 1.2, entitled "Message", describes the functional identification of government services under the heading "Sign communications".

Most signs interact with others since few signs are seen in isolation. This raises the question of the relative importance of one message as opposed to another, or which sign should have priority. For example, signs related to health, safety or security should normally appear in prominence. Ideally, an environmental information system should indicate a structure or hierarchy that distinguishes important information from other messages. In other words, the content of the sign message may be the overriding factor when determining viewing distance and character size.

Viewing conditions

Important decisions such as the size of a sign and its location are influenced by the viewing conditions at the site, namely:

- the angle from which a sign would normally be viewed;
- the quality and intensity of the light available;
- possible obstructions of the sight lines between viewer and sign; and
- the visual environment behind or around the sign (e.g. other, competing signs or similar distractions).

Some of these factors may be beyond the direct control of the person planning the size and location of the sign, but two questions need to be answered:

- will the sign be conspicuous enough; and
- will the sign message be legible.

Viewing angle

Ideally, a sign should be placed at a right angle to the observer's central line of vision; that is, the viewing angle should be nearly 90 degrees. The legibility of a sign message deteriorates when the viewing angle is less than 45 degrees.

Viewing distance and displacement

The placement of a sign should be determined in relation to the observer's normal line of vision. Displacement is the distance between the centre of a sign and an

Perception des panneaux

La perception d'un panneau est influencée par des éléments tels que la distance, l'angle de vision, la clarté du message, le temps de lecture et la vitesse de déplacement. Tous ces éléments influent sur l'aptitude du lecteur à percevoir un panneau particulier, à en lire le message et à y réagir. Cela signifie qu'il y a une interdépendance entre les décisions concernant la longueur du message, la dimension et l'emplacement du panneau.

Message

L'efficacité d'un panneau est fonction en grande partie du libellé du message. Cela demande une bonne compréhension des communications à l'aide de panneaux et nécessite l'utilisation d'un style clair et simple. La section 1.2, intitulée «Message», décrit la désignation fonctionnelle des services gouvernementaux sous l'en-tête «Panneaux de signalisation».

La plupart des panneaux sont interdépendants car peu d'entre eux sont placés isolément. Cet élément soulève la question de l'importance relative d'un message donné par rapport à un autre, ou la question de savoir quel panneau doit avoir la priorité. Par exemple, des panneaux concernant la santé ou la sécurité devraient normalement être placés très en vue. Idéalement, un système de renseignements sur le milieu devrait comprendre une structure ou une hiérarchie qui permet de distinguer les renseignements importants des autres messages. En d'autres termes, le contenu du message peut être le facteur principal qui détermine la distance de lecture et le corps de caractère.

Visibilité qu'offre le lieu

Les décisions importantes telles que la dimension et l'emplacement d'un panneau sont influencées par la visibilité qu'offre le lieu, notamment :

- l'angle de vision sous lequel on voit habituellement le panneau;
- la qualité et l'intensité de l'éclairage disponible;
- les obstacles possibles entre le lecteur et le panneau; et
- le cadre visuel autour du panneau (par exemple, d'autres panneaux lui font-ils concurrence; l'attention en est-elle distraite par certains éléments ?).

Certains de ces éléments peuvent échapper au contrôle direct de la personne qui planifie la dimension et l'emplacement du panneau, mais deux questions demeurent cependant :

- le panneau sera-t-il assez voyant ?
- le message sur le panneau sera-t-il lisible ?

Angle de vision

Idéalement, un panneau devrait être placé à angle droit par rapport à la ligne de visée, c'est-à-dire que l'angle de vision doit être d'environ 90 degrés. La lisibilité du message d'un panneau diminue lorsque l'angle de vision est inférieur à 45 degrés.

Distance de lecture et décalage

L'emplacement d'un panneau devrait être déterminé en fonction d'une ligne de visée normale. Le décalage correspond à l'écart (mesuré à l'aide d'une ligne tracée perpendiculairement à la ligne de visée centrale) entre le centre du panneau et la

observer's central line of vision (measured at a right angle to the central line of vision). Ideally, the angle of displacement should be between 5 and 15 degrees (e.g., 0.25 m of displacement per 1.00 m of viewing distance provides an angle of approximately 15 degrees at the eye of an observer).

Viewing distance and character size

The decision concerning viewing distance and character size is important because it affects the sign's legibility and ultimate size. Although the distance-character size ratio is the major factor when determining character size, there are other factors that may call for a character size that is either smaller or larger. (See "Siting of signs".)

The viewing distances referred to here are pedestrian-related, which means that they are based on an observer who is standing or walking towards a sign. When determining the character size for a sign intended for vehicular traffic, the normal speed of traffic passing the sign becomes an additional factor.

Distance-character size ratio

Table 2 shows the viewing distance and corresponding character size, which is intended for general guidance. It represents values applicable to normal viewing conditions and reading distances. The values are based on the signage typeface (see section 4.5).

When more than one character size is used on a sign, the viewing distance-character size data should be applied to the main message, the largest size.

ligne de visée centrale du lecteur. Idéalement, l'angle de décalage devrait se situer entre 5 et 15 degrés (par exemple, 0,25 m de décalage par 1,00 m de distance de lecture représente un angle d'environ 15 degrés pour l'oeil du lecteur).

Distance de lecture et corps de caractère

La décision concernant la distance de lecture et le corps de caractère est importante parce qu'elle influe sur la lisibilité et la dimension finale du panneau. Bien que le rapport distance/corps soit le facteur principal servant à déterminer le corps de caractère, d'autres éléments peuvent justifier un corps qui soit plus petit, soit plus grand (voir «Choix de l'emplacement»).

Les distances de lecture dont il est question ici sont celles de piétons, ce qui signifie qu'elles sont fondées sur un lecteur qui fait face à un panneau ou qui se dirige en marchant vers lui. Pour déterminer le corps de caractère d'un panneau destiné à la circulation des véhicules, la vitesse normale de la circulation devra aussi être prise en compte.

Rapport distance/corps de caractère

Le Tableau 2 donne la distance de lecture et le corps de caractère correspondant. Il présente des valeurs qui s'appliquent lorsque la visibilité et la distance de lecture sont normales. Les valeurs sont fondées sur le caractère de signalisation (voir la section 4.5).

Lorsqu'un panneau comporte plus d'un corps de charactère, les données relatives à la distance de lecture et au corps devraient être appliquées au message principal, c'est-à-dire celui qui utilise le plus grand corps de caractère.

Table 2
Viewing distance and character size

Tableau 2
Distance de lecture et corps de caractère

Viewing distance / Distance de lecture	Character size / Corps de caractère
1 m	5 mm
2 m	6 mm
4 m	8 mm
6 m	10 mm
7 m	12 mm
9 m	15 mm
12 m	20 mm
15 m	25 mm
18 m	30 mm
24 m	40 mm
30 m	50 mm
36 m	60 mm
48 m	80 mm
60 m	100 mm
72 m	120 mm
90 m	150 mm
120 m	200 mm

Traffic speed

When designing a sign intended for vehicular traffic, the 50 or 60 mm size should be considered for traffic speeds of up to 30 km/h; the 80 or 100 mm size for speeds of up to 50 km/h; and the 120, 150 or 200 mm size for speeds of up to 100 km/h.

Illumination

Ease of perception of a sign depends to a large degree on the quality, intensity and colour of ambient light that falls on it. Generally, available ambient light should suffice, but operational or site conditions may call for special measures to be taken to ensure there are acceptable levels of illumination. The following aspects should be evaluated when determining siting and illumination.

Exterior signs

Nighttime visibility of a sign may be needed to facilitate access to services provided directly to the public (especially those located in northern regions). This may also apply in cases where a sign must be legible outside a facility's regular hours of operation. A decision on the most appropriate lighting or illumination method (front-illuminated, trans-illuminated or use of retro-reflective sign materials) should take into account both energy and cost-efficiency.

Interior signs

Available ambient light is normally sufficient to illuminate interior signs. To minimize costs and to avoid additional lighting requirements, the placement of illumination should be coordinated with the siting of signs.

Special (battery-operated) lighting may be needed for signs that must be visible during emergency conditions (such as a power failure). It is also important to provide proper illumination for signs bearing regulatory, warning or emergency messages, and to ensure effective recognition of safety colours. Certain illuminants, such as low- and high-pressure sodium lamps and clear mercury vapour lamps, may distort colours under some circumstances. To avoid misinterpretation, supplementary illumination (e.g. by incandescent lamps) may have to be provided.

Vitesse de circulation

Pour un panneau destiné à la circulation des véhicules, on devrait choisir un corps de 50 ou 60 mm pour une vitesse de circulation ne dépassant pas 30 km/h; un corps de 80 ou 100 mm pour une vitesse ne dépassant pas 50 km/h; un corps de 120, 150 ou 200 mm pour une vitesse ne dépassant pas 100 km/h.

Éclairage

La facilité de perception est, dans une large mesure, fonction de la qualité, de l'intensité et de la couleur de la lumière ambiante éclairant un panneau. En général, la lumière ambiante existante devrait suffire. Cependant, les conditions d'exploitation ou de l'aménagement du lieu pourraient nécessiter l'emploi de moyens spéciaux pour assurer un niveau acceptable d'éclairage. Avant de décider de l'emplacement du panneau et de l'éclairage, on devrait évaluer les éléments qui suivent.

Panneaux extérieurs

Il peut être nécessaire d'assurer un éclairage de nuit pour faciliter l'accès à des services offerts directement au public (en particulier dans les régions nordiques) ou faire en sorte qu'un panneau soit lisible en dehors des heures régulières d'exploitation d'une installation. Toute décision relative à la méthode qui convient le mieux (éclairage par devant, par transparence ou par rétro-réflexion) devrait tenir compte de critères d'économie d'énergie et d'efficience.

Panneaux intérieurs

En général, la lumière ambiante est suffisante pour éclairer les panneaux intérieurs. Pour réduire les coûts au minimum et éviter l'installation de source supplémentaires de lumière, l'aménagement de l'éclairage devrait être coordonné avec l'emplacement des panneaux.

Les panneaux qui doivent être visibles en cas d'urgence (par exemple en cas de panne d'électricité) nécessiteront peut-être un éclairage spécial (alimenté par piles). Il importe également d'éclairer convenablement les panneaux servant à des fins de réglementation, d'avertissement ou d'urgence et d'assurer la perception efficace des couleurs liées à la sûreté. Par exemple, certains luminaires comme les lampes au sodium à pression faible ou élevée et les lampes à vapeur de mercure claires peuvent fausser les couleurs dans certaines situations. Pour éviter toute interprétation erronée, il faudra peut-être un éclairage supplémentaire (des lampes à incandescence, par exemple).

Siting of signs

Choosing a proper site is key to a sign's effectiveness; the following points should be observed when determining the size and placement of a sign.

Sign dimensions

The ultimate size of a sign can be a critical factor and should be assessed during the planning process. This applies to exterior signs in particular, where environmental or aesthetic concerns should be part of the criteria that are considered in determining the size and location of a sign.

Both the character size and the length of the message determine the overall size of a sign. It follows that the size of a sign can be reduced by rephrasing the message or by selecting a different character size. There is a growing concern that oversized signs cause visual clutter.

Primary identification signs

The size of a primary identification sign should be based on two principles: the need to identify and the need to integrate. This means that a sign should communicate clearly but should also be of a size appropriate to the architecture or site that it is to identify. This is particularly important when a sign for a heritage building is being planned; the ultimate size and location of the sign should not lead to visual detraction.

The kind of facility to be identified will also influence decisions on the size of a primary identification sign. Clearly, the degree of prominence desired will vary from one kind of facility to another. For example, the sign for an office that provides services directly to the public should be made more prominent than one that identifies a facility that is not permanently staffed. A small sign (commonly referred to as a plaque) may be sufficient in the latter case.

Placement and installation

The placement of signs within a building or on a site involves these considerations: where signs should be located; how they should be installed; and, in the case of directional signs, how many should be provided.

Installation of signs: where and how?

Signs can be installed by various means. The methods of installation include the following: mounted on exterior or interior surfaces; erected on posts to be free-standing; suspended from ceilings or screens; mounted on wall brackets; or designed to be movable, such as a desk or counter sign. The nature of the facility or site, the message and type of sign, and the needs of the user public will suggest the most appropriate method of installation.

All signs should be displayed in a manner that is consistent throughout a facility. For example, directional signs should appear at the same height and, thus, become reference points that are readily noticeable. Uniformity of sign placement should be part of the planning process.

Choix de l'emplacement

Le choix d'un emplacement adéquat est essentiel à de l'efficacité d'un panneau. Toute décision concernant la dimension et l'emplacement d'un panneau devrait tenir compte des points suivants.

Dimensions du panneau

La dimension finale d'un panneau peut être un facteur important et devrait être évaluée à l'étape de la planification. Ceci est particulièrement important pour les panneaux extérieurs, où le souci de l'environnement ou de l'esthétique figurent normalement au nombre des critères à respecter dans le choix de la dimension et de l'emplacement d'un panneau.

Le corps de caractère et la longueur du message sont des éléments clés qui déterminent la dimension d'un panneau. On peut réduire la taille d'un panneau en reformulant le message ou en choisissant un autre corps. Les panneaux de dimensions excessives constituent un obstacle visuel.

Panneaux d'identification principaux

La dimension d'un panneau d'identification principal devrait se fonder sur deux principes : l'identification et l'intégration. Cela signifie qu'un panneau devrait transmettre un message efficacement et aussi s'harmoniser avec l'architecture ou le lieu qu'il doit identifier. Ceci est primordial lorsqu'on planifie un panneau pour un immeuble du patrimoine étant donné que la dimension et l'emplacement finals du panneau ne devraient pas affecter l'apparence de l'immeuble.

Le type particulier d'installation influe aussi sur les décisions relatives à la dimension d'un panneau d'identification principal. Il est évident que le degré d'importance accordé à l'identification variera d'un type d'installation à l'autre. Par exemple, le panneau d'un bureau qui offre des services directement au public devrait être plus évident que celui d'une installation qui n'est pas utilisée en permanence; dans ce dernier cas, un petit panneau (communément appelé plaque) peut suffire.

Emplacement et installation

Un panneau, il convient de répondre aux questions suivantes : où le placer, comment l'installer et, dans le cas de panneaux de direction, combien en mettre ?

Installation du panneau : endroit et méthodes

Les panneaux peuvent être installés selon différentes méthodes. Il peut s'agir d'un panneau fixé sur un mur extérieur ou intérieur, érigé sur des poteaux, suspendu au plafond ou sur une cloison, monté sur une console murale, ou encore d'un panneau mobile que l'on pose sur un bureau ou un comptoir. La méthode de fixation la plus appropriée est fonction du type d'installation ou de lieu, du message et du genre de panneau, de même que des besoins des usagers.

Les panneaux devraient être placés de manière cohérante dans l'ensemble de l'installation. Par exemple, les panneaux d'orientation devraient être visibles à la même hauteur et constituer des points de repère facilement perceptibles. L'uniformité dans l'emplacement des panneaux devrait faire partie de la planification.

The need to convey several messages in a particular location may call for grouping the messages. This should be part of the planning process; it means combining these messages into one display or incorporating them into one sign layout. The objective is to avoid confusing clusters of different signs, all in one location.

Signs tend to modify their surroundings; their placement should be planned to integrate them into their environment. As applicable, factors such as landscape (terrain, vegetation) or architecture (surface, texture, colour, modules) should be fully considered when determining the installation of a sign.

Directional signs: how many?

Several factors influence decisions on how many signs will be needed to provide direction on a particular route. These include the nature of the environment (complexity), the distance between the starting point and the destination, and the number of decision points (intersections) on a route. Research has shown that signs should be located just before each decision point. When there are long distances between decision points, a message may need to be repeated, confirming the direction towards the destination.

The need to help the user public by providing information and direction should not be interpreted as a call for many signs. One problem of providing too many signs is that it creates too many reference points and, thus, diminishes essential information. Generally, the number of signs included in a well thought-out sign plan will be fewer than in a plan that has not been carefully prepared.

Le besoin de transmettre plusieures messages dans un lieu particulier peut nécessiter le groupement des messages. Cette étape, qui devrait faire partie de la planification, consiste à regrouper ces messages ou les incorporer dans une disposition graphique sur un seul panneau. L'objectif est d'éviter qu'il y ait une prolifération de panneaux différents en un seul lieu, ce qui est source de confusion.

Les panneaux tendent à modifier leur milieu et c'est pourquoi on devrait tenter de les intégrer dans leur environnement. L'installation d'un panneau devrait aussi tenir compte, selon le cas, de l'aménagement paysager (le terrain, la végétation) ou des éléments architecturaux (les surfaces, les textures, les couleurs, les modules).

Panneaux d'orientation: nombre requis

Les décisions relatives au nombre de panneaux à ériger sur un itinéraire particulier se fondent sur plusieurs éléments, entre autres la nature (complexité) de l'environnement, la distance entre les points de départ et d'arrivée et le nombre d'endroits critiques (par exemple, les carrefours) le long de la route. Les études montrent qu'il faut ériger les panneaux juste avant ces endroits critiques. Si ces derniers sont très éloignés les uns des autres, il faudra peut-être répéter le message afin de guider l'utilisateur.

Le besoin d'aider les utilisateurs au moyen de renseignements et d'orientation ne devrait pas être interprété comme une nécessité d'avoir un grand nombre de panneaux. La prolifération des panneaux crée en fait un trop grand nombre de points de référence et dilue l'impact des renseignements essentiels. En général, un plan de signalisation bien conçu se distinguera par son nombre limité de panneaux plutôt que l'inverse.

Procuring services or sign products

Signage was previously a mandatory common service, provided by Supply and Services Canada. In April 1992, it became an optional common service. Federal institutions should ensure conformance with all applicable FIP design standards and specifications when they procure services or sign products either from a government service organization or directly from the private sector.

Procurement process

Except for those stock items available through catalogue orders, signs have to be designed and fabricated to meet specific requirements. This means that all information about the message, site and viewing conditions should be available before a sign layout and specifications can be prepared. The tasks of defining requirements and obtaining approvals should normally be supported by internal procedures and guidelines that complement the technical information provided in the *FIP Manual.*

When procuring sign products directly from the private sector, federal institutions are responsible for providing the sign manufacturers or consultants with the corporate symbols, standard typeface, graphic symbols, and all applicable guidelines, standards and specifications of the Federal Identity Program.

The Canada Communication Group (CCG), a special operating agency within Supply and Services Canada, provides services and sign products through standing offers with the private sector. Such services include the design, fabrication and installation of signs, as well as the planning of sign systems. The agency's *Catalogue of signs* lists the products available and describes the components of the government's sign system. Requests for a copy of the Catalogue and enquiries concerning the ordering of signs may be directed to the Signage Section of the Canada Communication Group.

Acquisition de services ou de produits

Les services de signalisation fournis par Approvisionnements et Services Canada, auparavant des services communs obligatoires, sont devenus des services communs facultatifs à compter d'avril 1992. Les organismes fédéraux devraient se conformer à toutes les spécifications et normes graphiques applicables du PCIM lorsqu'ils acquièrent d'un organisme de services de l'État ou directement du secteur privé des services ou des produits liés à la signalisation.

Processus d'acquisition

À l'exception des articles de stock qui peuvent être commandés par catalogue, les panneaux doivent être conçus et fabriqués pour répondre à des besoins particuliers. Cela implique qu'il faut connaître toutes les données au sujet du message, de l'emplacement et de la visibilité avant que la disposition graphique et les spécifications des panneaux puissent être établies. La définition des besoins et l'obtention des approbations nécessaires devraient normalement être appuyées par des pratiques et des lignes directrices internes qui complètent les renseignements techniques fournis dans le manuel du PCIM.

Lors de l'acquisition de produits de signalisation directement du secteur privé, il incombe aux institutions fédérales de fournir aux fabricants de panneaux ou aux consultants les symboles de l'image de marque, le caractère de signalisation, les symboles graphiques, et toutes les lignes directrices, normes et spécifications connexes du PCIM.

Le Groupe Communication Canada (GCC), un organisme de service spécial relevant d'Approvisionnements et Services Canada, offre les services et les produits de signalisation au moyen d'offres permanentes avec le secteur privé. Ces services incluent notamment la conception, la fabrication et l'installation de panneaux ainsi que la planification de systèmes de signalisation. Le *Répertoire des panneaux* de l'organisme inclut une liste des articles de stock et décrit les composantes du système de signalisation de l'administration fédérale. Veuillez communiquer avec la section de Signalisation du Groupe Communication Canada pour obtenir une copie du Répertoire ou pour plus de renseignements au sujet de l'acquisition de panneaux.

Applicable policies and guidelines

This guide should be used with the following policies or guidelines:

Communications volume, *Treasury Board Manual*

- Communications policy (Chapter 1)
- Federal Identity Program policy (Chapter 2)

Real property management volume, *Treasury Board Manual*

- Assignment of administration (Chapter 2)
- Real property accessibility (Chapter 6)
- Heritage buildings (Chapter 9)

Federal Identity Program Manual

- 1.0, Management guide to corporate identity
- 1.1, Design
- 1.2, Message
- 4.2, Primary identification signs
- 4.3, Common-use and operational signs
- 4.4, Project signs
- 4.5, Signage typeface

Politiques et lignes directrices pertinentes

Ce guide devrait être utilisé de concert avec les politiques ou lignes directrices suivantes :

Volume sur les communications, *Manuel du Conseil du Trésor*

- Politique relative aux communications (chapitre 1)
- Politique relative au Programme de coordination de l'image de marque (chapitre 2)

Volume sur la gestion des biens immobiliers, *Manuel du Conseil du Trésor*

- Affectation de l'administration (chapitre 2)
- Accès aux biens immobiliers (chapitre 6)
- Immeubles du patrimoine (chapitre 9)

Manuel du Programme de coordination de l'image de marque

- 1.0, Guide de gestion de l'image de marque
- 1.1, Design
- 1.2, Message
- 4.2, Panneaux d'identification principaux
- 4.3, Panneaux d'usage courant et fonctionnels
- 4.4, Panneaux de projet
- 4.5, Caractère de signalisation

Standards and references

Standards and specifications

A number of standards and specifications pertaining to signs, symbols and materials are referred to in the *FIP Manual.* They are brought together here to assist the reader.

Canadian General Standards Board (CGSB):

- 109.1M, *Signage System, Extruded Aluminum*, FIP
- 109.2M, *Letters and Symbols, Die-cut Film, FIP*
- 109-GP-5MP, *Signage Materials, Interior and Exterior.*

Canadian Standards Association (CSA):

- CAN/CSA-Z321, *Signs and Symbols for the Occupational Environment*
- CAN/CSA-B651-M90, *Barrier-Free Design*
- CAN/CSA-Z234.4-89, *All-numeric Dates and Times.*

U.S. Government Standard:

- Federal Standard No. 595B, Colors used in governmentprocurement.

ISO (International Organization for Standardization):

- ISO 7001, *Public Information Symbols.*

Normes et références

Normes et spécifications

Le présent manuel renvoie à un certain nombre de normes et de spécifications sur les panneaux, les symboles et les matériaux de signalisation. Elles figurent ici à titre de référence.

Office des normes générales du Canada (ONGC) :

- 109.1M, *Panneaux de signalisation, profilés d'aluminium, PCIM*
- 109.2M, *Lettres et symboles découpés à l'emporte-pièce, PCIM*
- 109-GP-5MP, *Matériaux de signalisation intérieure et extérieure*

Association canadienne de normalisation (ACNOR) :

- CAN/CSA-Z321, *Signaux et symboles dans le milieu de travail*
- CAN/CSA-B651-M90, *Norme d'accès facile*
- CAN/CSA-Z234.4-89, *Représentation numérique de la date et de l'heure.*

Norme du gouvernement des États-Unis :

- *Federal Standard No. 595B, Colors used in government procurement.*

Suggested reading
Arthur, Paul and Passini, Romedi, *Wayfinding: People, Signs, and Architecture*, McGraw-Hill, Inc., New York, 1992.

Canada Communication Group, *Catalogue of signs,* Ottawa, 1992.

Cherry, Colin, *On Human Communication, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1978.*

Easterby, R.S. and Zwaga, H.J.G., editors, *Information Design,* John Wiley and Son Ltd., Toronto, 1984.

Follis, J., and Hammer, D., *Architectural Signing and Graphics,* Whitney Library of Design, New York, 1979.

Frascara, Jorge, et al, *"Environmental Information Systems",* Icographic, Vol. II, No. 1, Mobilia Press Aps, Denmark, 1982.

McLendon, Charles B. and Blackistone, M., *Signage: Graphic Communications in the Built World,* McGraw-Hill, Inc., New York, 1982.

Passini, Romedi, *Wayfinding in Architecture,* Van Nostrand Reinhold Company Inc., New York, 1984.

ISO (Organisation internationale de normalisation) :

- ISO 7001, *Public Information Symbols.*

Références utiles
Arthur, Paul and Passini, Romedi, *Wayfinding: People, Signs, and Architecture*, McGraw-Hill, Inc., New York, 1992.

Cherry, Colin, *On Human Communication,* The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1978.

Easterby, R.S. et Zwaga, H.J.G., editeurs, *Information Design,* John Wiley and Son Ltd., Toronto, 1984.

Follis, J., et Hammer, D., *Architectural Signing and Graphics,* Whitney Library of Design, New York, 1979.

Frascara, Jorge, et al, *Environmental Information Systems,* Icographic, Vol. II, No. 1, Mobilia Press Aps, Denmark, 1982.

Groupe Communication Canada, *Répertoire des panneaux,* Ottawa, 1992.

McLendon, Charles B. et Blackistone, M., *Signage: Graphic Communications in the Built World,* McGraw-Hill, Inc., New York, 1982.

Passini, Romedi, *Wayfinding in Architecture,* Van Nostrand Reinhold Company Inc., New York, 1984.

Definitions

Common-use sign: any sign with a message related to the facility itself. This type of sign remains valid regardless of changes in the facility's occupants, e.g. a directory board, a sign relating to fire safety, and signs identifying rooms. (See also "operational sign".)

Design standard: the approved rules on the use of design elements outlined in the FIP policy. They prescribe elements such as shape, size, layout, colour, typography, and use of symbols.

FIP signage: primary identification signs; common-use signs; operational signs; and project signs. (Excluded are signs that are subject to a regulation that specifies their design.)

Operational sign: any sign with a message related solely to the operational needs, and hence the responsibility, of the occupant institution. (See also "common-use sign".)

Primary identification sign: the first sign that identifies a federal facility and bears the signature and the wordmark.

Project sign: a sign that provides information about federal programs or projects, e.g. public works or employment.

Définitions

Norme graphique : règles approuvées prescrivant l'emploi des éléments de communication graphique du PCIM, tels que forme, taille, disposition, couleurs, caractères et utilisation des symboles.

Panneau de projet : panneau qui donne des renseignements sur les programmes ou les projets fédéraux, par exemple, ceux qui touchent les travaux publics ou l'emploi.

Panneau d'usage courant : panneau dont le message porte sur les installations mêmes. Ce type de panneau demeure valable malgré les changements d'occupants, par exemple, un tableau répertoire, un panneau de sécurité-incendie, des panneaux indiquant les numéros des pièces. (Voir aussi panneau fonctionnel.)

Panneau fonctionnel : panneau portant un message relié aux besoins opérationnels de l'institution occupante, qui en assume par conséquent la responsabilité. (Voir aussi panneau d'usage courant.)

Panneau d'identification principal : le premier panneau servant à identifier une installation du gouvernement fédéral et portant la signature et le mot-symbole.

Signalisation du PCIM : panneaux d'identification principaux; panneaux d'usage courant; panneaux fonctionnels; et panneaux de projet. (Ne comprend pas les panneaux assujettis à un règlement qui précise leur design.)

Treasury Board of Canada
Secretariat

Conseil du Trésor du Canada
Secrétariat

Federal Identity
Program
Manual

Manuel du Programme
de coordination
de l'image de marque

Primary identification signs

Panneaux d'identification principaux

January 1988

Janvier 1988

4.2

Canada

Table of contents

Introduction 3
Scope 3

Determining the requirements 3

Use of a primary sign 3
Use of an advance sign 4
Method of installation 5

Signature, wordmark and titles 6

Federal signature 6
"Canada" wordmark 6
Titles of organizations 7
"Government of Canada" signature 7

Message 8

Exterior signs 8
Interior signs 8

Design standards 8

Signature layout 8
Character size ratios 10
Use of standard spaces 11
Layout methods 11
Relationship between dark grey and light grey areas 15
Relationship between height of band and wordmark 16
Standard colours 17
Design variations 17

Special considerations 19

Heritage buildings 19
Existing signs or inscriptions 19

Material requirements 19

Tables

1 Character size and height of flag symbol 9
2 Character size ratios 10
3 Viewing distance and character size 11
4 Standard spaces 12
5 Relationship between height of band and wordmark 16

Table des matières

Introduction 3
Portée 3

Détermination des besoins 3

Panneau d'identification principal 3
Panneau de signalisation avancée 4
Méthode d'installation 5

Signature, mot-symbole et titres 6

Signature fédérale 6
Mot-symbole « Canada » 6
Titres des organismes 7
Signature « Gouvernement du Canada » 7

Communication 8

Panneaux extérieurs 8
Panneaux intérieurs 8

Normes graphiques 8

Disposition de la signature 8
Rapports des corps de caractère 10
Normes d'espacement 11
Méthodes de disposition 11
Rapport entre les couleurs gris foncé et gris pâle 15
Rapport entre la hauteur de la bande et le mot-symbole 16
Couleurs standard 17
Variations par rapport aux normes graphiques 17

Considérations particulières 19

Immeubles du patrimoine 19
Symboles ou inscriptions déjà présents 19

Besoins en matériaux 19

Tableaux

1 Corps de caractère et hauteur du symbole du drapeau 9
2 Rapports des corps de caractère 10
3 Distance de lecture et corps de caractère 11
4 Espaces standard 12
5 Rapport entre la hauteur de la bande et le mot-symbole 16

Introduction The signs that identify the estimated 18,000 facilities of the government of Canada form an important aspect of the federal identity. This section clarifies FIP policy on the identification of federal facilities, sets out the design standards and provides guidance on how particular requirements may be met. It is intended for designers, facility planners, property managers and administrators.

This section should be used with Chapter 470, "Federal Identity Program" of the *Administrative Policy Manual*, and the key sections of the FIP Manual, 1.1, "Design" and 1.2, "Message". The reading of section 4.1, "Signage", is essential to the proper understanding of the subject.

Scope Guidelines and standards set out the requirements for the design and production of primary identification signs. The purpose of such signs is to identify federal facilities and sites. Depending on the type of facility and its location it may be an exterior or an interior sign.

Introduction Les panneaux d'identification des quelque 18 000 installations du gouvernement du Canada représentent un aspect important de l'image de marque de l'État. La présente section clarifie la politique du PCIM portant sur l'identification des installations fédérales, établit les normes graphiques et fournit des renseignements sur la façon de répondre aux exigences particulières. Elle est destinée aux concepteurs, aux planificateurs d'installations, aux gestionnaires des propriétés et aux agents d'administration.

La présente section doit être consultée de pair avec le chapitre 470, intitulé « Programme de coordination de l'image de marque » du *Manuel de la politique administrative*, et les principales sections du Manuel du PCIM, 1.1 « Design » et 1.2 « Message ». Pour bien comprendre le sujet, il faudra au préalable lire la section 4.1, intitulée « Signalisation ».

Portée Les lignes directrices et les normes présentent les exigences concernant la conception et la production des panneaux d'identification principaux. Ces panneaux servent à identifier les installations et emplacements fédéraux. Il peut s'agir d'un panneau extérieur ou intérieur, selon le type d'installation et son emplacement.

Determining the requirements

The requirements for a primary identification sign must be defined. Generally, each sign installation is unique, and should be planned by assessing the user requirements, the type of facility, the sign's message, placement and method of installation. In certain locations, an advance sign that precedes the primary sign may be needed (**Fig. 3**).

Use of a primary sign This is the first sign used to identify a federal facility and therefore appears near the entrance to a building, site or office (**Fig. 1**). Depending on the nature of the site, more than one primary sign may be needed to identify the principal points of access. Where the installation of an exterior sign is not feasible (e.g. leased accommodation) an interior primary sign is used instead.

Détermination des besoins

Il faut définir les exigences relatives à l'installation d'un panneau d'identification principal. En général, chaque installation est unique en son genre et doit être planifiée en évaluant les besoins des utilisateurs, le type d'installation, la communication, l'emplacement du panneau, la méthode d'installation et, dans certains cas, la nécessité d'ériger un panneau de signalisation avancée (**Fig. 3**).

Panneau d'identification principal Il s'agit du premier panneau servant à identifier une installation fédérale et il se trouve donc près de l'entrée d'un immeuble, d'un lieu ou d'un bureau (**Fig. 1**). Selon l'emplacement, il peut être nécessaire d'utiliser plus d'un panneau principal pour identifier les principaux points d'accès. On peut ériger un panneau principal intérieur lorsqu'il n'est pas possible d'avoir recours à un panneau extérieur (comme dans le cas de locaux loués).

Fig. 1
Primary identification sign Panneau d'identification principal

Use of an advance sign A sub-type of the primary sign, the advance sign indicates the distance or direction to a facility that is located off the main thoroughfare or farther along the road (**Fig. 2**). Thus, an advance sign may convey either a change of direction, confirm the direction of travel or, where required, indicate a distance. It may be an exterior or interior sign and it is always located in advance of the primary sign.

In addition to the federal signature, the message may include a service title, the name of a facility, a directional arrow, or a distance. The message should be as concise as possible, emphasizing the direction or distance.

When indicating a direction on an advance sign, the standard arrow should be used. Rules on the application of the arrow are set out in section 4.3.

Panneau de signalisation avancée Sous-catégorie de panneau principal, le panneau de signalisation avancée indique la distance ou la direction d'une installation située en retrait de la voie principale ou à une certaine distance (**Fig. 2**). Par conséquent, un panneau de signalisation avancée peut indiquer un changement de direction, confirmer la direction prise ou, au besoin, indiquer la distance. Il peut s'agir d'un panneau extérieur ou intérieur, mais il est toujours situé de façon qu'on puisse l'apercevoir avant le panneau principal.

Outre la signature fédérale, la communication peut contenir le titre d'un service, le nom d'une installation, une flèche d'orientation ou une indication de distance. Elle doit être aussi concise que possible et mettre en évidence la direction ou la distance.

La flèche standard doit être utilisée sur un panneau pour indiquer une direction. Les règles d'emploi de la flèche sont énoncées à la section 4.3.

Fig. 2
Advance sign Panneau de signalisation avancée

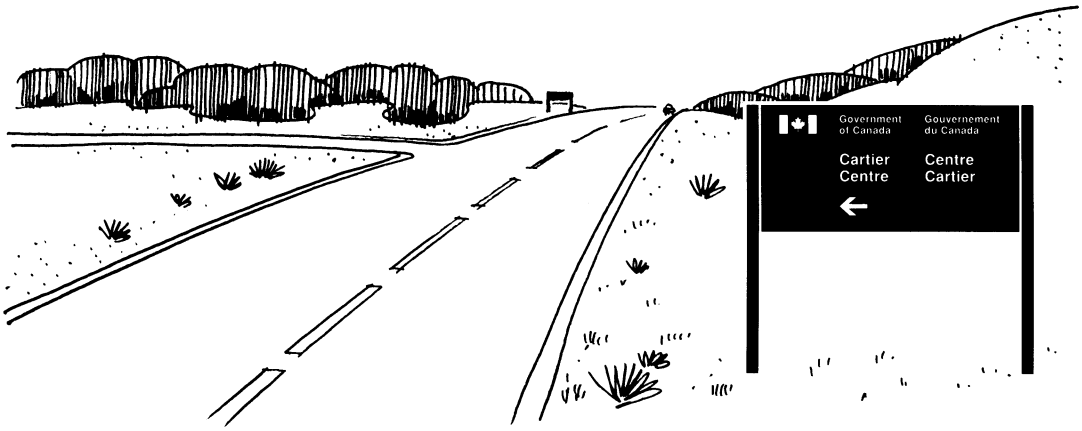


Fig. 3
Distinction in the use of message elements: advance sign and primary sign.

Eléments de communication: distinction entre panneau de signalisation avancée et panneau principal

Method of installation The building or site to be identified should be evaluated to determine the most effective method of sign installation. Possible restrictions on the sign's dimensions or its placement become part of the design criteria and should be known before the layout stage. Generally, free-standing signs are preferred because they provide the most effective means of identifying a building. Where site conditions do not permit a free-standing sign, a surface-mounted sign is used instead.

Free-standing sign

Generally, this method of installation is recommended for all exterior applications (**Fig. 4**). Where feasible, a sign should be installed perpendicular to the flow of traffic and therefore be double-faced. Where site conditions require the sign to be installed parallel to the roadway or building, a single-faced sign is used.

Surface-mounted sign

The majority of interior signs are surface-mounted. This method applies also to exterior signs that are designed to fit specific architectural details (e.g. fascia, transom) and to signs or plaques that are mounted on the surface of a structure (**Fig. 5**).

Although signs may be mounted on the glass of doors or partitions, no letters or symbols may be applied directly to transparent surfaces. The lack of an opaque background greatly reduces legibility.

Méthode d'installation Pour déterminer la méthode la plus efficace d'installation d'un panneau, il faut examiner le plan de l'immeuble ou de l'emplacement. Les restrictions pouvant exister quant aux dimensions du panneau ou à son emplacement font partie intégrante des critères graphiques; il est important de les connaître avant l'étape de la disposition graphique. En général, on préfère utiliser des panneaux sur pied parce qu'ils représentent le moyen d'identification le plus efficace; toutefois, les conditions sont parfois telles qu'il est nécessaire d'ériger des panneaux muraux.

Panneau sur pied

Ce genre de panneau est généralement recommandé à l'extérieur des immeubles (**Fig. 4**). En général, le panneau est installé perpendiculairement à la circulation et porte donc des inscriptions sur les deux côtés. Toutefois, lorsque les conditions l'exigent, le panneau peut être installé parallèlement au chemin ou à l'immeuble, auquel cas l'inscription ne figure que sur un seul côté.

Panneau mural

En général, on utilise ce genre de panneau à l'intérieur des immeubles. On retrouve également des panneaux muraux extérieurs conçus en fonction de particularités architecturales (comme un entablement ou une imposte) et des panneaux ou des petites plaques qui sont installés sur la surface d'une structure (**Fig. 5**).

Un panneau peut être installé sur la vitre d'une porte ou d'une cloison; toutefois, on ne doit apposer aucune lettre ni aucun symbole directement sur une surface transparante puisque l'absence d'un fond opaque réduit grandement la lisibilité.

Fig. 4
Free-standing sign Panneau sur pied

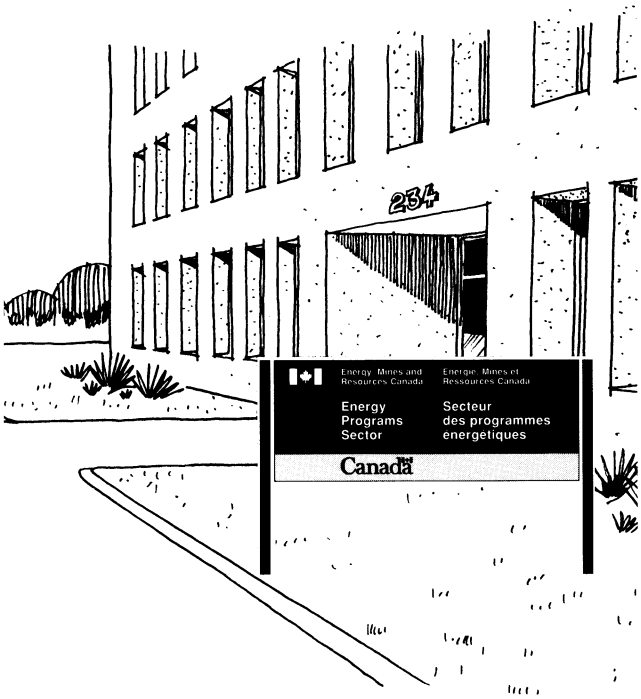
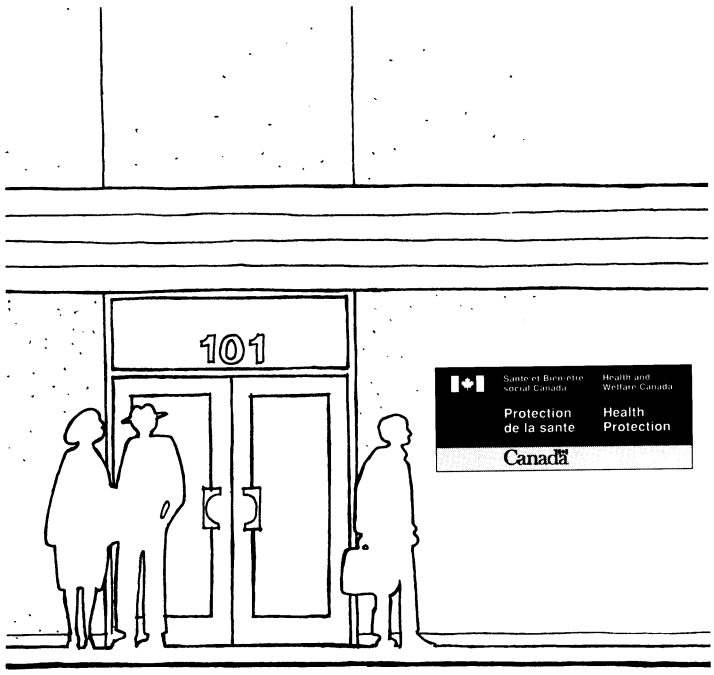


Fig. 5
Surface-mounted sign Panneau mural



Signature, wordmark and titles

The key message elements on primary signs are the federal signature, the "Canada" wordmark and the titles of organizations and their services.

Federal signature One of three layouts can be used for primary signs (**Fig. 6**). In most cases, a one- or two-line signature is used. A three-line signature may be used for signs where horizontal space is limited, or where the length of the title requires it.

Flag symbol
For the reasons stated in section 1.1, the modified version of the flag symbol is used for all primary identification signs.

"Canada" wordmark The medium-weight of the "Canada" wordmark is used for all primary signs (**Fig. 7**). Design standards prescribe the relative size and position of the wordmark within a sign layout.

Signature, mot-symbole et titres

Les éléments essentiels figurant sur les panneaux principaux sont la signature fédérale, le mot-symbole « Canada » et les titres des organismes et de leurs services.

Signature fédérale Dans le cas des panneaux principaux, on peut utiliser l'une ou l'autre de trois dispositions (**Fig. 6**). On a recours dans la plupart des cas à une signature comportant une ou deux lignes. On peut employer la signature en trois lignes si l'espace horizontal est limité ou si la longueur du titre l'exige.

Symbole du drapeau
Pour les raisons citées dans la section 1.1, on utilise la version modifiée du symbole du drapeau pour tous les panneaux d'identification principaux.

Mot-symbole « Canada » Le mot-symbole en caractères demi-gras est utilisé pour tous les panneaux d'identification principaux (**Fig. 7**). Les normes graphiques prescrivent la taille relative et la position du mot-symbole sur un panneau.

Fig. 6
One-, two-, and three-line signatures — Signatures sur une, deux et trois lignes

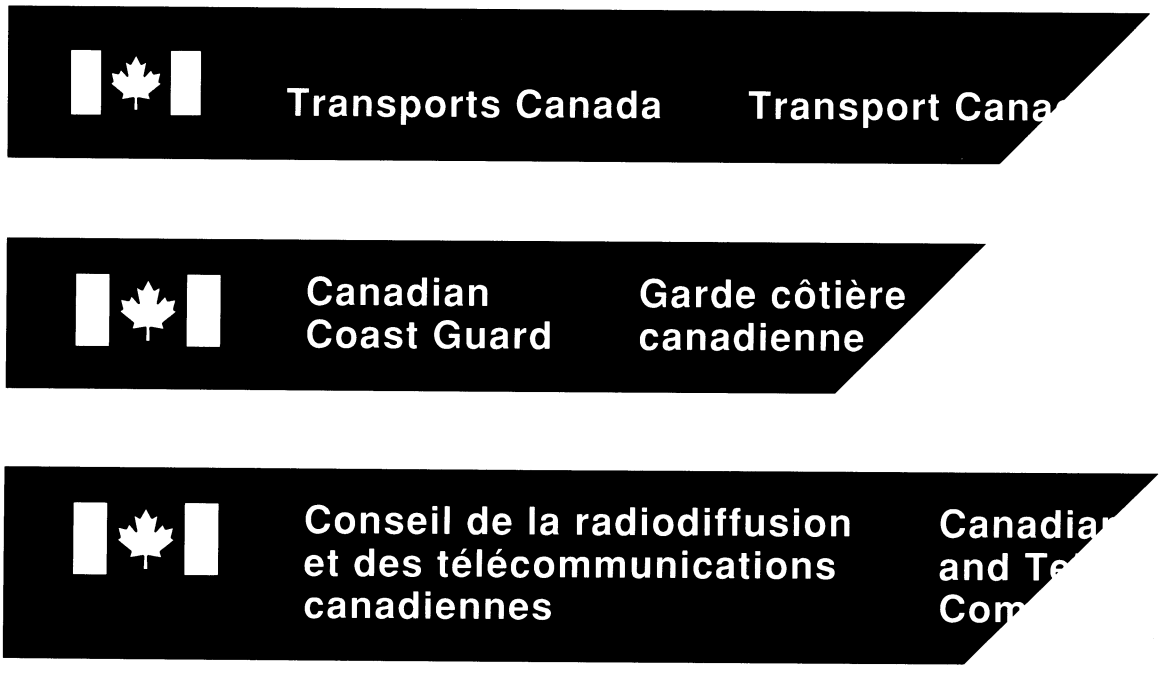
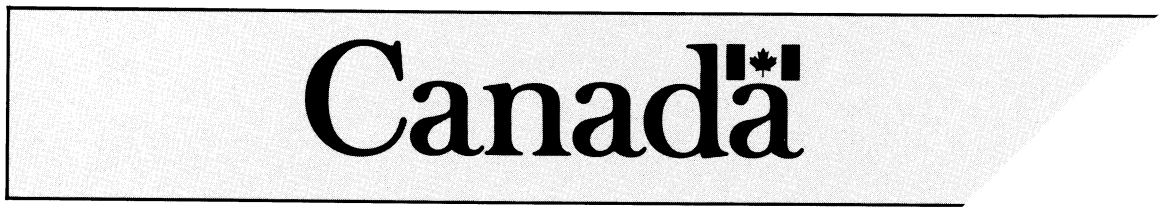


Fig. 7
Wordmark, medium-weight — Mot-symbole, caractères demi-gras



Titles of organizations On all signs, organizations are identified by their applied title rather than by their legal title. Appendix A of Chapter 470 lists the applied titles that have been approved.

Use of service titles
The creation and use of service titles is described in section 1.2. Generally, a service title appears in conjunction with the name of the parent organization. In certain cases, however, it may also be used with the "Government of Canada" signature. Examples are signs for multi-occupancy buildings where the identification of a particular service or program would be more meaningful to the public than the name of the department; such as the service title "Passport Office" rather than "External Affairs Canada" (**Fig. 8**).

"Government of Canada" signature This signature (**Fig. 9**) is used to identify facilities or sites shared by two or more federal organizations. If necessary, the occupant organizations may be identified below the "Government of Canada" signature.

Generally, a sign for a multi-occupancy facility identifies only those organizations that are subject to FIP. In cases where a building is shared with a federal organization exempt from FIP, that organization would normally use a separate sign.

Titres des organismes Le titre d'usage, et non l'appellation légale, sert à identifier les organismes sur tous les panneaux. La liste des titres d'usage approuvés figure à l'appendice A du chapitre 470.

Titres de services
La section 1.2 traite de l'établissement et de l'utilisation de titres de services. En général, ce titre figure avec le nom de l'organisme parent; dans certains cas toutefois, il est possible de l'utiliser avec la signature « Gouvernement du Canada ». Par exemple, dans le cas d'immeubles à plusieurs locataires où l'identification d'un service ou d'un programme particulier est plus importante pour le public que le nom du ministère — par exemple « Bureau des passeports » plutôt que « Affaires extérieures Canada » (**Fig. 8**).

Signature « Gouvernement du Canada » Cette signature (**Fig. 9**) sert à identifier les installations ou les emplacements occupés par au moins deux organismes fédéraux. Si nécessaire, les titres des organismes occupants peuvent figurer au-dessous de la signature « Gouvernement du Canada ».

Dans le cas des installations à plusieurs locataires, un panneau ne sert généralement qu'à identifier les organismes assujettis au PCIM. Si l'un des organismes fédéraux qui occupe l'immeuble n'est pas assujetti au PCIM, cet organisme utilisera habituellement un panneau distinct.

Fig. 8
Use of service titles. Emploi des titres de services.

Fig. 9
"Government of Canada" signature Signature « Gouvernement du Canada »

Message

Guidelines on the creation of messages for primary signs are set out in section 1.2, "Message". Details on the message content of exterior and interior signs are provided below.

Exterior signs Brevity of the message is particularly critical on signs that identify multi-occupancy buildings. Rather than identifying the different federal organizations, it is generally preferable to use the street address on the primary sign. In cases where the occupant organizations need to be identified, no more than three titles may appear on the exterior sign. When limiting the number to three, preference should be given to the titles of organizations that provide services directly to the public.

Where a multi-occupancy facility has a separate entrance serving one organization only, that entrance should have a primary sign identifying the federal organization concerned.

Interior signs When required, an interior primary identification sign may include additional information such as a service title, floor or room number, and hours of operation (**Fig. 10**).

Communication

La section 1.2, « Message » du présent manuel contient des lignes directrices sur la création des messages devant figurer sur les panneaux principaux. Des détails sur le contenu de la communication des panneaux extérieurs et intérieurs figurent ci-après.

Panneaux extérieurs La concision est un critère particulièrement important, surtout dans le cas des panneaux d'immeubles à plusieurs locataires. Plutôt que d'énoncer les différents organismes fédéraux, il est généralement préférable d'inscrire l'adresse sur le panneau principal. Lorsqu'il est nécessaire d'énoncer les titres des organismes occupants, le panneau ne devrait pas comprendre plus de trois titres. Il est recommandé dans ce cas d'accorder la préférence aux organismes qui fournissent des services directement au public.

Une installation à plusieurs locataires peut avoir une entrée distincte pour un des organismes occupants. Dans ce cas, il faut ériger un panneau principal qui identifie cet organisme.

Panneaux intérieurs Selon le cas, un panneau d'identification principal intérieur peut comprendre des renseignements complémentaires comme le titre d'un service, la désignation de secteur et les heures d'affaires (**Fig. 10**).

Fig. 10
Interior primary identification sign Panneau d'identification principal intérieur

Design standards

To achieve consistency in the visual appearance of all primary signs, design standards have been established. These standards, which cover the layout, signage typeface, character sizes and colours, are set out below. For details on the use of the signage typeface consult section 4.5.

All measurements pertaining to the layout are based on the "x", the unit of measurement used in signage. The character sizes are expressed in millimetres.

Signature layout To attain visual balance between the symbol and the accompanying title, two size relationships have been established. Based on the number of lines used for the signature, these relationships are described below.

Normes graphiques

Afin d'assurer une certaine uniformité visuelle de tous les panneaux principaux, des normes graphiques ont été établies. Ces normes, qui portent sur la disposition, le caractère de signalisation, les corps du caractère et les couleurs sont énoncées ci-après. La section 4.5 présente plus de détails sur le caractère à utiliser.

Toutes les mesures se rapportant à la disposition sont fondées sur le « x », l'unité de mesure utilisée dans la signalisation. Les corps de caractères sont exprimés en millimètres.

Disposition de la signature Deux rapports de grandeur fondés sur le nombre de lignes de la disposition graphique ont été établis afin de créer un équilibre visuel entre le symbole et le titre. Ces rapports sont décrits ci-après.

One-line signature

The ratio between the character size and the height of the flag symbol is 1:3 (**Fig. 11**). For example, when using the 50 mm character size, the height of the flag symbol must be 150 mm, or 3x.

Two-line and three-line signatures

The ratio between the character size and the height of the flag symbol is 1:3.4 (**Fig. 12**). For example, when using the 50 mm character size, the height of the flag symbol must be 170 mm, or 3.4x.

Size relationships

Table 1 shows the character size with the corresponding height of the symbol using the two ratios referred to above.

Signature sur une ligne

Le rapport entre le corps de caractère et la hauteur du symbole du drapeau est de 1:3 (**Fig. 11**). Ainsi, pour un corps de caractère de 50 mm, la hauteur du symbole sera de 150 mm, ou 3x.

Signatures sur deux et trois lignes

Le rapport entre le corps de caractère et la hauteur du symbole du drapeau est de 1:3,4 (**Fig. 12**). Ainsi, pour un corps de caractère de 50 mm, la hauteur du symbole sera de 170 mm, ou 3,4x.

Rapports

Le **tableau 1** donne le corps de caractère et la hauteur correspondante du symbole selon les rapports indiqués ci-dessus.

Table 1
Character size and height of flag symbol (in mm)

Tableau 1
Corps de caractère et hauteur du symbole du drapeau (en mm)

One-line signature / **Signature d'une ligne**

Character size / Corps de caractère	Height of symbol / Hauteur du symbole	Character size / Corps de caractère	Height of symbol / Hauteur du symbole
10	30	50	150
12	36	60	180
15	45	80	240
20	60	100	300
25	75	120	360
30	90	150	450
40	120	200	600

Two- and three-line signatures / **Signatures de deux et de trois lignes**

Character size / Corps de caractère	Height of symbol / Hauteur du symbole	Character size / Corps de caractère	Height of symbol / Hauteur du symbole
10	34	50	170
12	41	60	204
15	51	80	272
20	68	100	340
25	85	120	408
30	102	150	510
40	136	200	680

Fig. 11

Fig. 12

Character size ratios Although a sign can be designed using only one character size, more than one size is generally needed to make the sign effective. By varying the size, emphasis is placed on the main message while secondary information is de-emphasized. Normally, two character sizes are used on a primary sign. If required, three different sizes can be used.

The most commonly used character size relationship is that of 1.5:1. It provides an effective layout with good legibility. Depending on message length and layout requirements, other ratios such as 1:1, 2:1, 3:1, etc. can be used (**Fig. 13**). The standard character sizes that can be combined on a sign when using a 1.5:1, 2:1 or 3:1 ratio are presented in **Table 2**.

Rapports des corps de caractère Bien que l'on puisse utiliser, sur un panneau, un seul corps de caractère, il faut généralement utiliser différents corps pour rendre la communication vraiment efficace. Cela permet de faire ressortir l'élément principal et d'accorder moins d'importance aux renseignements secondaires. Habituellement, on utilise deux corps différents sur un panneau principal. On peut toutefois en utiliser jusqu'à trois, si nécessaire.

Le rapport de corps le plus couramment utilisé est celui de 1,5:1. Il assure une disposition graphique efficace et une bonne lisibilité. Selon la longueur de la communication et les exigences de la disposition graphique, on peut aussi recourir à d'autres rapports comme 1:1, 2:1, 3:1, etc. (**Fig. 13**). Le **tableau 2** indique les corps standard qui peuvent figurer sur un même panneau lorsqu'on emploie un rapport 1,5:1, 2:1 ou 3:1.

Fig. 13
The effect of using different character sizes.

L'effet produit par l'utilisation de différents corps.

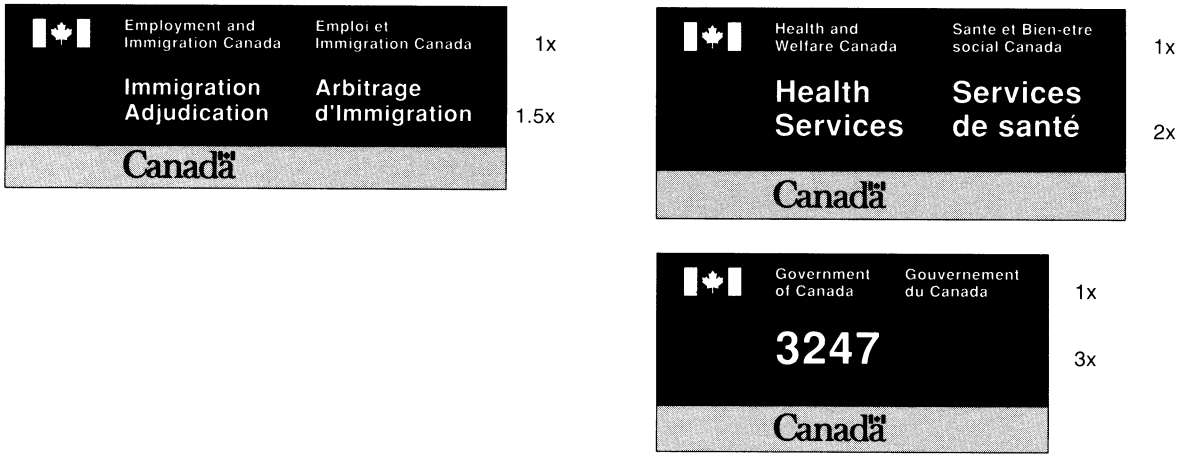


Table 2
Character size ratios (in mm)

Tableau 2
Rapports des corps de caractère (en mm)

1.5 : 1	2 : 1	3 : 1
30 : 20	30 : 15	30 : 10
40 : 25	40 : 20	40 : 12
50 : 30	50 : 25	50 : 15
60 : 40	60 : 30	60 : 20
80 : 50	80 : 40	80 : 25
100 : 60	100 : 50	100 : 30
120 : 80	120 : 60	120 : 40
150 : 100	150 : 80	150 : 50
200 : 120	200 : 100	200 : 60

Note: Where the existing standard sizes do not provide exact ratios, the nearest available size is used.

Note: Lorsque les corps disponibles ne représentent pas le rapport exact voulu, on utilise le corps qui s'en rapproche le plus.

For guidance on the selection of the appropriate character size, see "Viewing distance and character size" in section 4.1. For the convenience of the reader, the basic data have been included in this section as well (see **Table 3**).

La section 4.1 contient des conseils sur le choix du corps des caractères (voir « Distance de lecture du corps des caractères »). Pour des raisons de commodité, les données principales sur la distance de lecture ont été incluses ici également (voir le **tableau 3**).

Table 3
Viewing distance and character size

Tableau 3
Distance de lecture et corps de caractère

Viewing distance / Distance de lecture	Character size / Corps de caractère	Viewing distance / Distance de lecture	Character size / Corps de caractère	Viewing distance / Distance de lecture	Character size / Corps de caractère
6 m	10 mm	18 m	30 mm	60 m	100 mm
7 m	12 mm	24 m	40 mm	72 m	120 mm
9 m	15 mm	30 m	50 mm	90 m	150 mm
12 m	20 mm	36 m	60 mm	120 m	200 mm
15 m	25 mm	48 m	80 mm		

Note: See section 4.1 for guidelines on the selection of character sizes.

Note: La section 4.1 précise les lignes directrices régissant le choix du corps de caractère.

Use of standard spaces To achieve consistency among sign layouts and to assist with their preparation, standard spaces for the position of the graphic elements have been established. These spaces, expressed in number of "x", are shown in **Table 4**. The term "message unit" refers to the signature or a paragraph. The application of standard spaces is indicated in **Figure 14**.

The minimum space referred to in **Table 4** may be used to resolve minor problems related to the layout.

The application of the "Canada" wordmark is described elsewhere in this section (see **figure 17**).

Layout methods A primary sign is laid out using one of two methods (see "Manual layout" and "Computer-aided layout").

Regardless of the method used, the layout is based on the principle that the dimensions of a sign are determined by the length of the message and the character size used. Although this principle applies to the majority of sign layouts, there are cases that require a sign to fit a specific dimension. For guidance on preparing a layout for such signs see "Design variations".

Normes d'espacement Afin d'assurer une disposition uniforme des panneaux et d'aider à leur préparation, on a établi des espaces standard pour la position des éléments graphiques. Ces espaces, exprimés en multiples de « x », sont énoncés au **tableau 4**. L'expression « élément de communication » fait référence à la signature ou à un paragraphe. Les espaces standard ont été utilisés dans les dispositions de la **figure 14**.

L'espace minimal dont il est question dans le **tableau 4** peut servir à résoudre les problèmes mineurs liés à la disposition graphique.

L'application du mot-symbole « Canada » est décrite plus loin (voir la **figure 17**).

Méthodes de disposition La disposition graphique d'un panneau principal est effectuée selon l'une de deux méthodes (voir « Disposition manuelle » et « Disposition assistée par ordinateur »).

Quelle que soit la méthode utilisée, la disposition graphique repose sur le principe que la longueur de la communication et le corps du caractère déterminent les dimensions d'un panneau. La majorité des panneaux sont conçus de cette manière; toutefois, certains emplacements peuvent nécessiter un panneau de dimensions particulières. Pour plus de renseignements sur la disposition graphique de tels panneaux, voir « Variations par rapport aux normes graphiques ».

Table 4
Standard spaces

Horizontal spacing

13x (min. 12x) between left border and left-hand column, when using a one-line signature.

14x (min. 13x) between left border and left-hand column, when using a two-line or three-line signature.

4x between flag symbol and left-hand column.

4x (min. 3x) between left and right-hand column, measured from the end of the longest line.

4x (min. 3x) between longest line of the right-hand column and the right border.

Vertical spacing

5.5x (min. 5x) between top border and base line of the signature.

3x (min. 2.5x) between message units when using one character size only.

4x (min. 3.5x) between message units when using two character sizes in a ratio of 1:1.5. See Note.

5x (min. 4.5x) between message units when using two character sizes in a ratio of 1:2. See Note.

2x (min. 1.5x) between bottom border and the lowest message unit.

Note: The "x" indicated refers to the smaller of the two character sizes.

Tableau 4
Espaces standard

Espacement horizontal

13x (min. 12x) entre la bordure de gauche et la colonne de gauche, lorsqu'on utilise une signature sur une ligne.

14x (min. 13x) entre la bordure de gauche et la colonne de gauche, lorsqu'on utilise une signature sur deux ou trois lignes.

4x entre le symbole du drapeau et la colonne de gauche.

4x (min. 3x) entre la colonne de gauche et la colonne de droite, à partir de la ligne la plus longue.

4x (min. 3x) entre la ligne la plus longue de la colonne de droite et la bordure droite.

Espacement vertical

5,5x (min. 5x) entre la bordure du haut et la ligne de base de la signature.

3x (min. 2,5x) entre les éléments de la communication lorsqu'on utilise un seul corps de caractère.

4x (min. 3,5x) entre les éléments de la communication dans le cas d'un rapport de corps de 1:1,5. Voir la note.

5x (min. 4,5x) entre les éléments de la communication dans le cas d'un rapport de corps de 1:2. Voir la note.

2x (min. 1,5x) entre la bordure du bas et l'élément le plus bas de la communication.

Note: Le nombre de «x» se rapporte au corps de carctère le moins grand.

Manual layout

When preparing the layout, the use of grid paper is recommended (**Fig. 14**). The steps are:

- determine the most effective character size ratio between message units, **Table 2**;
- determine the character size required, **Table 3**;
- lay out the message elements by applying the number of "x" required, **Table 4**;
- determine the approximate sign dimensions by multiplying the number of "x" by the x-height of the character size used.

Computer-aided layout

The majority of sign layouts are prepared with the computer-aided layout system developed by Supply and Services Canada. The system permits the designer to explore various layout options, e.g. character size ratios and line breaks.

A layout is prepared by selecting the appropriate design program and entering the message. The preliminary layout is then modified to meet special requirements (e.g. limitations with respect to dimensions, relationship of layout to the standard blade sizes, and the availability of pre-spaced legends). The printout (**Fig. 15**) represents a simulated layout and, although it is not true in its proportions, indicates precise dimensions for fabrication and installation.

Disposition manuelle

Pour une telle disposition, il est recommandé d'utiliser des feuilles quadrillées (**Fig. 14**). Les étapes sont les suivantes:

- déterminer le rapport de corps le plus efficace entre les éléments de la communication, **tableau 2**;
- déterminer le corps de caractères qui est requis, **tableau 3**;
- disposer les éléments de la communication en utilisant le nombre de « x » requis, **tableau 4**;
- déterminer les dimensions approximatives du panneau en multipliant le nombre de « x » par la hauteur « x » du corps de caractère utilisé.

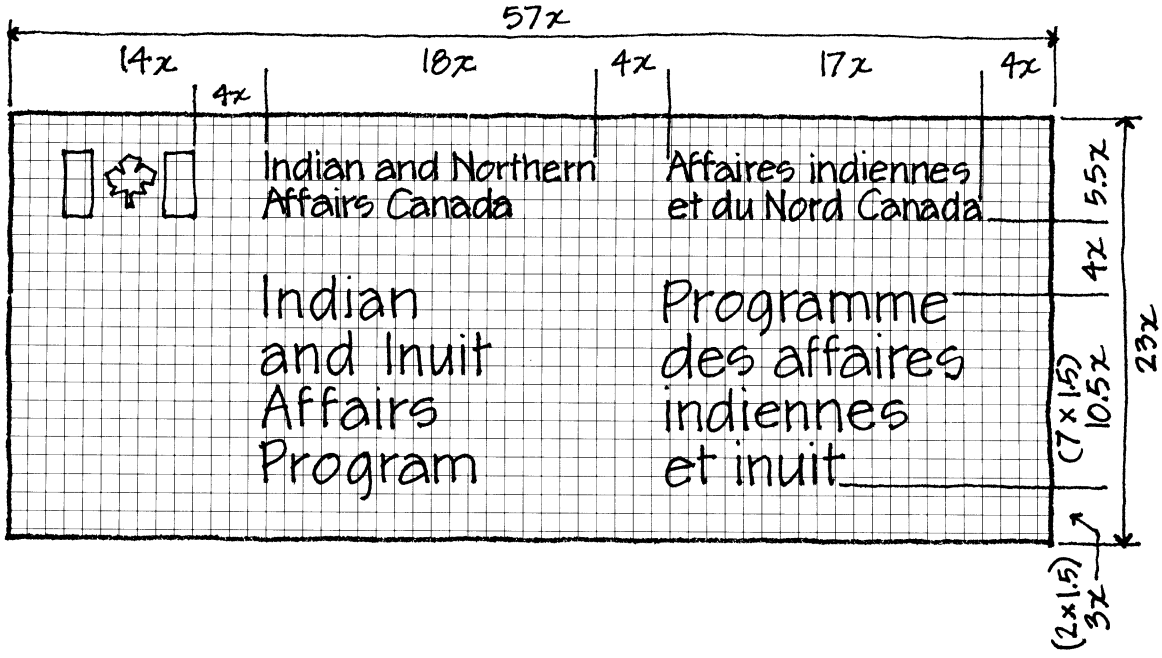
Disposition assistée par ordinateur

La majorité des dispositions sont effectuées à l'aide du système de disposition assistée par ordinateur. Conçu par Approvisionnements et Services Canada, ce système permet au concepteur d'examiner diverses possibilités de dispositions, selon les rapports de corps de caractère et la répartition des lignes.

Il faut d'abord choisir le programme graphique approprié et introduire la communication. La disposition préliminaire est ensuite modifiée pour répondre à certaines exigences particulières (comme les restrictions ayant trait aux dimensions, le rapport entre la disposition graphique et les dimensions standard des profilés, ainsi que la disponibilité de légendes espacées à l'avance). L'imprimé d'ordinateur (**Fig. 15**) est une disposition graphique simulée et, bien que ses proportions ne soient pas réelles, il indique les dimensions précises aux fins de la fabrication et de l'installation.

Fig. 14
Positioning of message elements by applying the standard spaces.

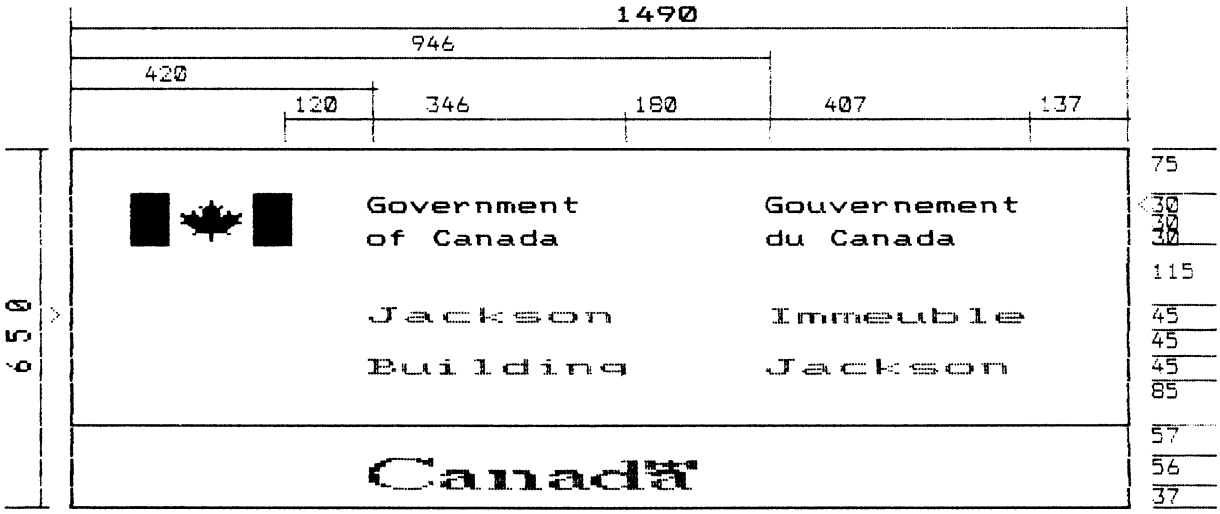
Disposition des éléments de la communication en fonction des espaces standard.

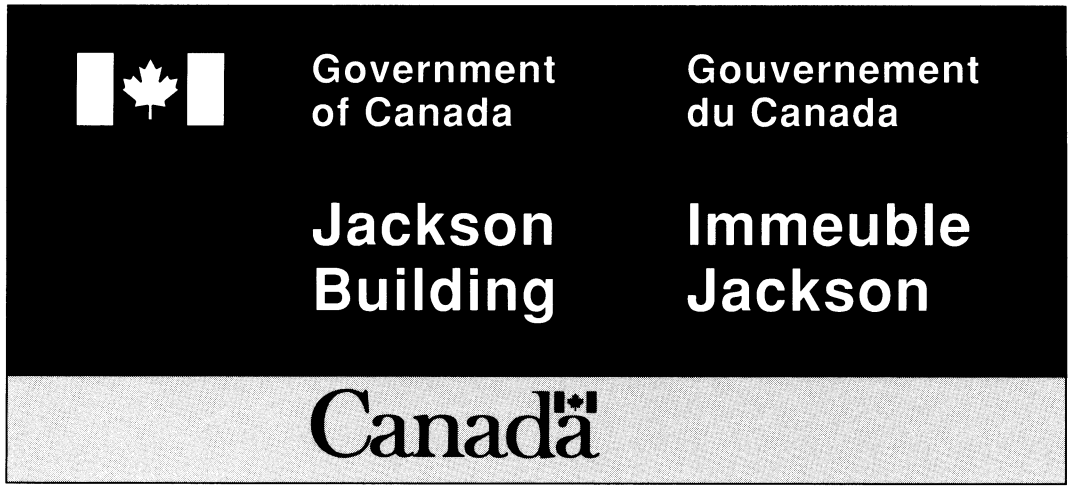


Indian and Northern Affairs Canada
Affaires indiennes et du Nord Canada
Indian and Inuit Affairs Program
Programme des affaires indiennes et inuit
Canada

Fig. 15
Printout produced by the computer-aided layout system.

Imprimé d'ordinateur obtenu au moyen du système de disposition assistée par ordinateur.





Relationship between dark grey and light grey areas To achieve consistency in the appearance of all primary signs, the relationship between the dark grey and the light grey areas has been established (**Fig. 16**). The following procedure is used to determine the height of the light grey band bearing the "Canada" wordmark:

- prepare the layout for the federal signature and the sign's message, including all margins;
- measure the height of this layout (i.e. the area that will appear in dark grey);
- calculate 30 per cent of that height;
- compare the result with the standard heights of the band shown in **Table 5** and select the height that is closest to it; and
- select the corresponding x-height of the "Canada" wordmark shown in **Table 5**.

Example: A layout with a height of 1,025 mm would require a light grey band of 308 mm; i.e. 1,025 x 30 ÷ 100 = 308. As shown in **Table 5**, the closest standard height for the band is 300 mm; the corresponding x-height of the wordmark is 113 mm.

Standard heights of the band

The standard blades of extruded aluminum for the FIP signage system (100 mm, 150 mm and 200 mm) form the basis for the standard heights of the light grey band. The heights shown in **Table 5** apply to all signs, regardless of the material used for the substrate.

Rapport entre les couleurs gris foncé et gris pâle Afin d'assurer une certaine uniformité des panneaux principaux, on a établi un rapport entre la zone gris foncé et la zone gris pâle (**Fig. 16**). Voici la marche à suivre pour déterminer la hauteur de la bande gris pâle portant le mot-symbole « Canada » :

- préparer la disposition de la signature fédérale et de la communication, y compris toutes les marges;
- mesurer la hauteur de cette disposition (c.-à-d. la zone qui sera gris foncé);
- calculer 30 pour cent de cette hauteur;
- comparer les résultats avec les hauteurs standard de la bande indiquées au **tableau 5** et choisir celle qui s'en rapproche le plus;
- utiliser la hauteur « x » correspondante du mot-symbole « Canada » indiquée dans le **tableau 5**.

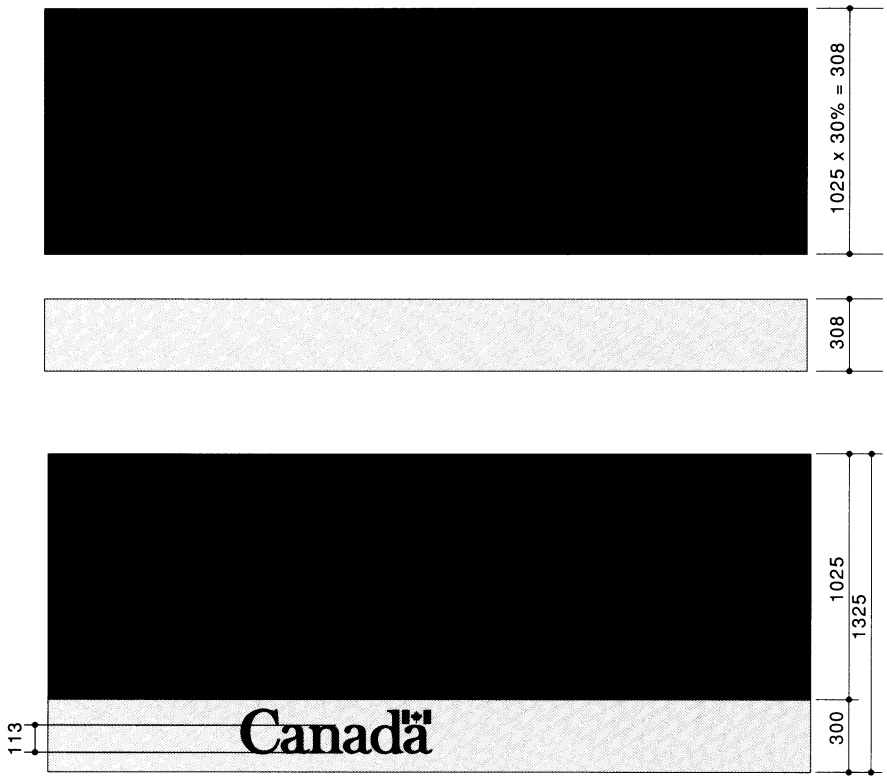
Exemple: Une disposition graphique d'une hauteur de 1,025 mm nécessite une bande gris pâle de 308 mm; c.-à-d. 1,025 x 30 ÷ 100 = 308. Comme l'indique le **tableau 5**, la hauteur standard qui s'en rapproche le plus est de 300 mm; la hauteur « x » correspondante du mot-symbole est de 113 mm.

Hauteurs standard de la bande

Les dimensions standard des profilés en aluminium du système de signalisation du PCIM (100 mm, 150 mm et 200 mm) servent de base au calcul des hauteurs standard de la bande gris pâle. Les hauteurs énoncées dans le **tableau 5** s'appliquent à tous les panneaux, quel que soit le matériau utilisé.

Fig. 16
Relationship between dark grey and light grey areas.

Rapport entre la zone gris foncé et la zone gris pâle.



Relationship between height of band and wordmark The x-height of the "Canada" wordmark has a precise relationship with the height of the light grey band. The corresponding sizes are shown in **Table 5**. If required, the x-height of the wordmark can be calculated by referring to **Figure 17**.

Position of wordmark
The position of the wordmark within the band is indicated in **Figure 17**.

Rapport entre la hauteur de la bande et le mot-symbole Il existe un rapport précis entre la hauteur « x » du mot-symbole « Canada » et la hauteur de la bande gris pâle. Le **tableau 5** indique les dimensions correspondantes. Au besoin, la hauteur « x » du mot-symbole peut être calculée en se référant à la **figure 17**.

Position du mot-symbole
La **figure 17** montre la position du mot-symbole sur la bande.

Table 5
Relationship between height of band and wordmark (in mm)

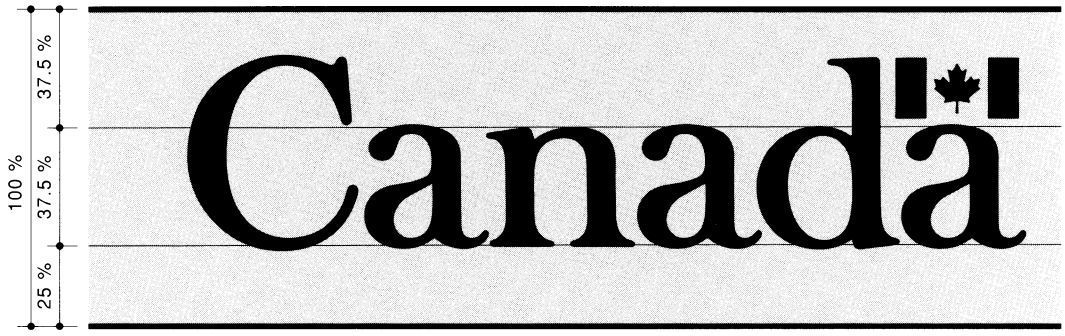
Height of band / Hauteur de la bande	x-height of wordmark / Hauteur «x» du mot-symbole	Height of band / Hauteur de la bande	x-height of wordmark / Hauteur «x» du mot-symbole	Height of band / Hauteur de la bande	x-height of wordmark / Hauteur «x» du mot-symbole
50	19	250	94	450	169
100	38	300	113	500	188
150	56	350	131	550	206
200	75	400	150	600	225

Note: The height of the band corresponds to a standard blade size, or multiples of the standard sizes.

Tableau 5
Rapport entre la hauteur de la bande et le mot-symbole (en mm)

Note: La hauteur de la bande correspond à une dimension ou à un multiple des dimensions standard des profilés.

Fig. 17
Position of wordmark on the light grey band.
Position du mot-symbole sur la bande gris pâle.



Standard colours The numbers below refer to colours shown in CGSB 1-GP-12, *Standard Paint Colours*. The following standard colours are used for primary identification signs and shall be applied as indicated:

- FIP dark grey (No. 501-201) for the part of the sign bearing the signature and message;
- FIP light grey (No. 501-224) for the band bearing the "Canada" wordmark (this designation supersedes No. 401-303);
- white (No. 513-201) for the signature and message;
- black (No. 512-201) for the letters in the "Canada" wordmark;
- red for the flag in the wordmark (see below).

On all exterior primary signs, a special, weather-resistant product shall be used. It is specified as: 3M cast-in "tomato" red vinyl No. 180-13. For interior primary signs, the red is specified as: FIP red, No. 509-211.

Design variations Certain variations from the design standards may be required when a primary sign is to be installed in a special location such as a shopping centre. Variations in the use of colour or typeface are not permitted without prior consultation with the Administrative Policy Branch of Treasury Board Secretariat.

Layout modifications
There are instances where a sign must be designed to fit specific architectural details. Typical examples are fascias, transoms or other modular spaces at the side of or above entrances. To integrate a sign into such spaces may require modifications to the layout. In some cases it may simply mean an increase in the margin surrounding the layout to fit the sign to the architectural detail (**Fig. 18**). In other instances it may require a departure from the standard layout (**Fig. 19**). Design advice is available from the Administrative Policy Branch of Treasury Board Secretariat.

Note: Certain signs for leased accommodation may be owned by the lessor and therefore be subject to the building owner's signage standards. It follows that such signs cannot conform to FIP design standards.

Couleurs standard Il faut utiliser les couleurs standard suivantes pour les panneaux d'identification principaux, en procédant de la façon indiquée ci-après (les numéros correspondent aux couleurs qui figurent dans la norme F1-GP-12, *Couleurs étalons des peintures*, de l'ONGC):

- gris foncé PCIM (n° 501-201) pour la partie portant la signature et la communication;
- gris pâle PCIM (n° 501-224) pour la bande portant le mot-symbole « Canada » (cette désignation remplace le n° 401-303);
- blanc (n° 513-201) pour la signature et la communication;
- noir (n° 512-201) pour les lettres du mot-symbole « Canada »;
- rouge pour le drapeau du mot-symbole (voir ci-après).

Sur tous les panneaux principaux extérieurs, il faut utiliser un produit spécial qui résiste aux intempéries. Il s'agit d'un vinyle (rouge tomate) teinté dans la masse, 3M, n° 180-13. Dans le cas des panneaux principaux intérieurs, il s'agit du rouge PCIM n° 509-211.

Variations par rapport aux normes graphiques Il peut être nécessaire de déroger quelque peu aux normes lorsqu'un panneau principal doit être érigé dans un endroit spécial (comme un centre commercial). Il faut consulter la Direction de la politique administrative du Secrétariat du Conseil du Trésor avant d'employer des couleurs ou des caractères non conformes aux normes graphiques.

Modifications de la disposition graphique
Dans certains cas, un panneau doit être conçu en fonction de particularités architecturales. Les entablements, impostes et autres espaces modulaires situés sur le côté ou au-dessus des entrées en sont des exemples typiques. Pour intégrer un panneau dans ce genre d'espace, il faut parfois apporter quelques retouches à la disposition graphique. Dans certains cas, il peut suffire d'accroître la marge entourant la disposition pour l'intégrer à la particularité architecturale (**Fig. 18**). Dans d'autres cas, il peut être nécessaire de s'éloigner de la disposition standard (**Fig. 19**). On consultera à ce sujet la Direction de la politique administrative du Secrétariat du Conseil du Trésor.

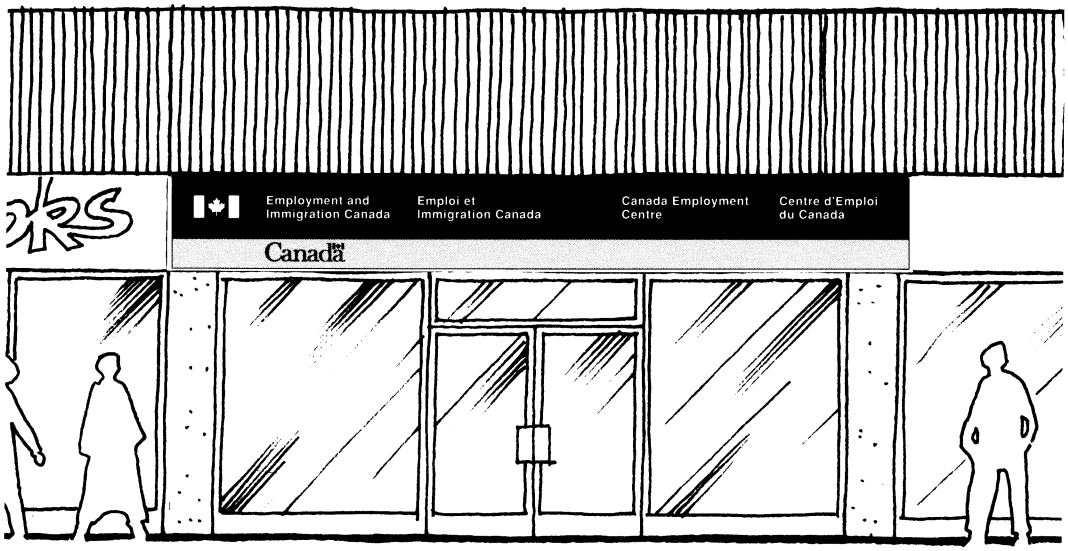
Note: Les panneaux de locaux loués appartiennent parfois au bailleur et, par conséquent, peuvent être régis par ses normes de signalisation, et donc ne pas être conformes aux normes graphiques du PCIM.

Fig. 18
Modified layout to suit a specific dimension.

Adaptation d'une disposition à une dimension particulière.

Fig. 19
Non-standard layout designed for a particular location.

Disposition non standard conçue pour un endroit particulier.



Special considerations

Heritage buildings The planning of a primary sign for a heritage building requires special consideration. The size of the sign, its placement and the method of installation are critical factors in maintaining the visual integrity of such buildings.

Depending on site conditions, either a small free-standing sign or a surface-mounted sign (commonly referred to as a plaque) is recommended. Details of the proposed sign installation should be referred to the Federal Heritage Buildings Review Office of Environment Canada for approval.

Existing signs or inscriptions There may be instances where the installation of a primary sign raises questions on the status of an existing sign, one that originated before the FIP became mandatory such as a metal plaque, building inscription or a Coat of Arms. Many of these signs were designed as an integral part of the architecture or as an ornament and should not be removed or obliterated when the primary sign is installed. Exceptions are cases where the wording on the existing sign would contradict the message of the new primary sign. Where a unilingual building name appears on the face of a building, it would not need to be altered, because the bilingual version of the name can be placed on the primary sign.

Considérations particulières

Immeubles du patrimoine Il faut attacher une importance particulière à la préparation d'un panneau principal concernant un immeuble à valeur patrimoniale. Il faut tenir compte de l'intégrité visuelle de ces immeubles au moment de déterminer les dimensions du panneau, son emplacement et sa méthode d'installation.

Selon l'emplacement, il sera recommandé de recourir soit à un petit panneau sur pied, ou à un panneau mural (communément appelé plaque). On devrait soumettre tous les détails concernant la méthode proposée d'installation du panneau à l'approbation du Bureau d'examen des édifices fédéraux à valeur patrimoniale, Environnement Canada.

Symboles ou inscriptions déjà présents Il arrive parfois que l'installation d'un panneau principal soulève des doutes quant à la validité d'un autre panneau; il peut s'agir de panneaux et d'enseignes érigés avant que le PCIM ne devienne obligatoire (comme des plaques en métal, des inscriptions ou des armoiries). Nombre de ces éléments ont été conçus de manière à s'intégrer à l'architecture, ou à titre décoratif. Il ne faut pas les enlever ou les masquer lorsqu'on installe le panneau principal, à moins que les inscriptions qui y figurent ne contredisent la communication énoncée sur le nouveau panneau principal. Quand la façade d'un immeuble porte un titre unilingue, il n'est pas nécessaire de le modifier, car sa version bilingue peut être placée sur le panneau principal.

Material requirements

The following CGSB specifications apply to the production of all exterior primary identification signs and are mandatory:

- 109.1M, Signage System, Extruded Aluminum, FIP
- 109.2M, Letters and symbols, Die-cut Film, FIP.

Although these specifications were developed for exterior signs, they may also be used for interior primary identification signs. In cases where a material other than the extruded aluminum blade system is required, it shall conform to CGSB 109-GP-5MP, *Signage Materials, Interior and Exterior.*

Reproduction of symbols
When preparing dies, films or other items needed for reproduction, the original artwork of the flag symbol and the "Canada" wordmark should be used. The Administrative Policy Branch of the Treasury Board Secretariat keeps the original artwork and will provide it upon request.

Besoins en matériaux

Les spécifications suivantes de l'ONGC sont obligatoires et s'appliquent à la production de tous les panneaux d'identification principaux extérieurs:

- 109.1M, Panneaux de signalisation, profilés d'aluminium, PCIM
- 109.2M, Lettres et symboles découpés à l'emporte-pièce, PCIM.

Bien que ces spécifications aient été élaborées pour les panneaux extérieurs, on peut y avoir recours dans le cas de panneaux d'identification principaux intérieurs. S'il faut utiliser un matériau autre que le profilé d'aluminium, il doit être conforme à la norme 109-GP-5MP de l'ONGC, *Matériaux de signalisation intérieure et extérieure.*

Reproduction des symboles
Au moment de préparer les emporte-pièce, les pellicules ou les autres articles nécessaires à la reproduction, il faut employer les maquettes originales du symbole du drapeau et du mot-symbole « Canada ». La Direction de la politique administrative du Secrétariat du Conseil du Trésor conserve les maquettes et les fournira sur demande.

Treasury Board of Canada
Secretariat

Conseil du Trésor du Canada
Secrétariat

Federal Identity
Program
Manual

Manuel du Programme
de coordination
de l'image de marque

Common-use and operational signs

Panneaux d'usage courant et fonctionnels

March 1990

Mars 1990

4.3

Canada

Table of contents

Introduction 3
Scope 3

Description of directory boards 4
Corporate signature 4
Text 4
Layout and design 4
Directory board components 7

Description of signs 8
Direction and location signs 8
Area identification signs 9
Name plates 9
Regulatory, warning and informational signs 10
Parking control signs 12

Layout of signs 13
Use of character sizes 13
Text layout 15
Layout methods 17
Signature layout 18

The directional arrow 20
Applying the arrow 20
Orientation and position 22
The arrow as a separate sign 23

Graphic symbols 24
The government's set of symbols 24
Shape, colour and classification 25
Design standards 26
Standard sizes 26
Regulatory symbols 27
Warning symbols 27
Information symbols 28

Implementation of a sign system 29
Planning a system 29
Siting of signs 29
Compound sign messages 30
Special requirements 31

Material requirements 32
Signage materials 32
Standard colours 32
Reproduction 32

Enquiries 32

4.3A, Standard signs
(separately bound)

Table des matières

Introduction 3
Portée 3

Description des tableaux répertoires 4
Signature 4
Texte 4
Disposition et présentation graphique 4
Composantes du tableau répertoire 7

Description des panneaux 8
Panneaux de direction et d'emplacement 8
Panneaux de désignation de secteur 9
Plaques nominatives 9
Panneaux de réglementation, d'avertissement et d'information 10
Panneaux de contrôle du stationnement 12

Disposition graphique des panneaux 13
Emploi de corps de caractère 13
Disposition du texte 15
Méthodes de disposition 17
Disposition de la signature 18

Flèche d'orientation 20
Emploi de la flèche 20
Orientation et position 22
Flèche sur un panneau distinct 23

Symboles graphiques 24
Le jeu de symboles du gouvernement 24
Forme, couleur et classification 25
Normes graphiques 26
Tailles standard 26
Symboles de réglementation 27
Symboles d'avertissement 27
Symboles d'information 28

Mise en oeuvre d'un système de signalisation 29
Planification d'un système 29
Emplacement des panneaux 29
Messages multiples 30
Besoins spéciaux 31

Besoins en matériaux 32
Matériaux de signalisation 32
Couleurs standard 32
Reproduction 32

Demandes de renseignements 32

4.3A, Panneaux normalisés
(relié séparément)

Introduction

Every government facility requires a variety of common-use and operational signs, such as directory boards, direction signs, name plates, and regulatory, warning, and informational signs. These signs form part of the FIP signage system and are subject to design standards which pertain to the layout, typeface, graphic symbols and colours.

This guide sets out the design of the different signs and provides guidelines on their application. It is intended for designers, facility planners, property managers and administrators. The installation of regulatory, warning and emergency-related signs will require consultation with security and safety officers.

This edition of section 4.3 supersedes the January 1988 version. It includes a new design standard for mandatory signs which was recommended by the Office of the Fire Commissioner of Canada (see p. 10).

Applicable publications

This section should be used with the following policies, guidelines or specifications:

Communications volume, Treasury Board Manual
- Chapter 1, Government Communications Policy
- Chapter 2, Federal Identity Program

Federal Identity Program Manual
- Section 1.0, Management guide to corporate identity
- Section 1.1, Design
- Section 1.2, Message
- Section 4.1, Signage: system overview
- Section 4.5, Signage typeface

Canadian General Standards Board (CGSB)
- 1-GP-12, Standard Paint Colours
- 109-GP-5M, Signage Materials, Interior and Exterior
- 109-1M, Signage System, Extruded Aluminum, FIP
- 109-2M, Letters and Symbols, Die-cut Film, FIP

National and international standards for signs and symbols

Where applicable, the signs and symbols described in this guide conform to the following standards: National Standard of Canada CAN/CSA-Z321, *Signs and Symbols for the Occupational Environment*; and ISO (International Organization for Standardization) Standard 7001, *Public Information Symbols*.

Use of corporate signatures

Corporate signatures are used on directory boards and, as required, on operational signs, regulatory signs and parking control signs.

Scope

Guidelines and standards set out the requirements for the design and production of common-use and operational signs. The purpose of such signs is to convey messages that inform, direct, instruct, regulate or warn users of a federal facility. Depending on the requirements, these can be exterior or interior signs.

Introduction

Toutes les installations gouvernementales nécessitent divers panneaux d'usage courant et fonctionnels comme les tableaux répertoires, les panneaux de direction, les plaques nominatives et les panneaux de réglementation, d'avertissement et d'information. Ces panneaux font partie du système de signalisation du PCIM et sont assujettis aux normes graphiques portant sur la disposition, le caractère, les symboles graphiques et les couleurs.

Ce guide établit la présentation graphique des différents panneaux et les lignes directrices régissant leur application. Il s'adresse aux concepteurs, aux planificateurs des installations, aux gestionnaires d'immeubles et aux administrateurs. Il faut consulter les agents de sécurité avant d'installer des panneaux de réglementation, d'avertissement et d'urgence.

Cette édition remplace celle de janvier 1988. Elle comprend une nouvelle norme graphique portant sur les panneaux d'obligation, conformément à la recommandation du bureau du Commissaire des incendies du Canada (voir p. 10).

Publications relatives au sujet

Cette section devra être consultée avec les politiques, lignes directrices ou normes suivantes:

Volume des communications, Manuel du Conseil du Trésor
- chapitre 1, Politique du gouvernement en matière de communications
- chapitre 2, Programme de coordination de l'image de marque.

Manuel du Programme de coordination de l'image de marque
- section 1.0, Guide de gestion en matière de l'image de marque
- section 1.1, Design
- section 1.2, Message
- section 4.1, Signalisation: Aperçu du système
- section 4.5, Caractère de signalisation

Office des normes générales du Canada (ONGC)
- FI-GP-12, Couleurs étalons des peintures
- 109-GP-5M, Matériaux de signalisation intérieure et extérieure
- 109.1M, Panneaux de signalisation, profilés d'aluminium, PCIM
- 109.2M, Lettres et symboles découpés à l'emporte-pièce, PCIM

Normes nationales et internationales en matière de panneaux et de symboles

Le cas échéant, les panneaux et symboles décrits dans ce guide sont conformes aux normes suivantes: Norme nationale du Canada CAN/CSA-Z321, *Signaux et symboles dans le milieu de travail*; et norme 7001 de l'ISO (Organisation internationale de normalisation), *Symboles destinés à l'information du public*.

Emploi des signatures

Les signatures sont utilisées sur les tableaux répertoires et, au besoin, sur les panneaux fonctionnels, les panneaux de réglementation et les panneaux de contrôle du stationnement.

Portée

Les lignes directrices et les normes indiquent les exigences concernant le design et la production des panneaux d'usage courant et fonctionnels. Ces panneaux servent à informer, à diriger, à réglementer ou à avertir les utilisateurs des installations fédérales. Il peut s'agir, selon les besoins, de panneaux intérieurs ou extérieurs.

Description of directory boards

The federal institutions, organizational units, programs and services located within a facility are usually indicated on a directory board. A standard directory board system has been adopted for government-wide use **(Fig. 1)**.

The need to provide one or more directories depends on the nature of the building, the number of occupants and the type of services they provide. The use of a directional sign instead of a directory board may be more appropriate for a small facility with few occupants.

Generally, several directory boards are needed for a multi-storey building. A main directory board, containing general information, is placed in the building's entrance lobby, and secondary directories are located at internal traffic junctions.

Corporate signature

The signature appears on all main and secondary directory boards (see note). If only one federal organization occupies a facility, that organization's signature appears on the directory board. In the case of a multi-occupancy facility (one that is shared by two or more federal institutions), the "Government of Canada" signature is used.

Flag symbol

For the reasons stated in section 1.1, the modified version of the flag symbol is used for all directory boards (see Figure 2).

Note: The signature may be omitted on a secondary board, if the organization's signature appears on the main directory board. The decision not to use the signature is at the discretion of the federal organization concerned.

Text

Guidance on the wording and organization of texts for directories is provided in section 1.2. When planning the message for a directory board, the following points should be considered:

- What information is essential to help visitors?
- What sequence is most appropriate for listing the occupants?
- Does the text relate to preceding or subsequent sign messages?
- Are terms and titles used consistently?
- How are the locations being identified (by floor number, room number, area designation, or directional arrow)?

Layout and design

The signature and text are presented in both official languages in a side by side layout. The column indicating the location appears to the right of each language (see **Figure 1**).

Presentation of the signature

A one-line signature is best suited for the layout of directory boards and should be used where feasible. A two-line signature is used for lengthy titles **(Fig. 2)**.

See **Table 6** for the relationship between the character size and the height of the flag symbol.

Description des tableaux répertoires

Le tableau répertoire sert à indiquer les institutions fédérales, les unités organisationnelles, les programmes et les services qui sont situés dans un immeuble. Un système normalisé de tableaux répertoires a été adopté pour tout le gouvernement **(Fig. 1)**.

Les besoins en tableaux répertoires dépendent de la nature de l'immeuble, du nombre d'occupants et des services qui y sont offerts. Dans les petites installations comptant peu d'occupants, il peut être plus pratique d'utiliser un panneau de direction au lieu d'un tableau répertoire.

En règle générale, les immeubles de plusieurs étages nécessitent plusieurs tableaux répertoires. Un tableau répertoire principal renfermant des renseignements d'ordre général est placé à l'entrée de l'immeuble, et des tableaux répertoires secondaires sont situés aux intersections internes.

Signature

La signature apparaît sur tous les tableaux répertoires principaux et secondaires (voir la note). Le tableau répertoire d'une installation à usage unique porte la signature de l'organisme fédéral concerné. Le tableau répertoire d'une installation à usage mixte (installation partagée par au moins deux organismes fédéraux) porte la signature «Gouvernement du Canada».

Symbole du drapeau

Pour les raisons énoncées à la section 1.1, la version modifiée du symbole du drapeau est utilisée sur tous les tableaux répertoires (voir la figure 2).

Note: On peut omettre la signature sur un tableau répertoire secondaire si la signature de l'organisme apparaît sur le tableau répertoire principal. C'est l'organisme fédéral concerné qui décide s'il désire ou non utiliser la signature.

Texte

La section 1.2 renferme des lignes directrices sur le libellé et l'organisation des textes devant figurer sur les tableaux répertoires. En préparant le message qui doit figurer sur le tableau répertoire, il faut se poser les questions suivantes:

- Quels renseignements sont essentiels pour les visiteurs?
- Dans quel ordre vaut-il mieux citer les occupants?
- Le texte se rattache-t-il aux messages des panneaux précédents ou suivants?
- Est-ce que l'emploi des termes et des titres est uniforme?
- Comment faut-il indiquer l'emplacement des locaux (par le numéro de l'étage ou de la pièce, le code du secteur, des flèches)?

Disposition et présentation graphique

La signature et le texte sont présentés dans les deux langues officielles, côte à côte. La colonne indiquant le lieu apparaît à droite de chaque langue (voir la **figure 1**).

Présentation de la signature

Dans la mesure du possible, la signature devrait être présentée sur une seule ligne sur les tableaux répertoires; elle ne devrait être présentée sur deux lignes que dans le cas de titres longs **(Fig. 2)**.

Le **tableau 6** indique le rapport entre le corps de caractère et la hauteur du symbole du drapeau.

Fig. 1
The directory board system. Système des tableaux répertoires.

Government of Canada		Gouvernement du Canada	
	room		pièce
Indian and Northern Affairs Canada	100	Affaires indiennes et du Nord Canada	100
Health and Welfare Canada		Santé et Bien-être social Canada	
Canada Pension Plan	100 A	Régime de pensions du Canada	100 A
Old Age Security	100 B	Sécurité de la vieillesse	100 B
Medical Services	205	Services médicaux	205
Agriculture Canada		Agriculture Canada	
Research and Development		Recherche et développement	
Laboratories	200	Laboratoires	200
Health of Animals Branch	202	Direction de l'hygiène vétérinaire	202
Special Technical Programs	220	Programmes techniques spéciaux	220
Farm Credit Corporation	203	Société du crédit agricole	203

Agence canadienne de développement international		Canadian International Development Agency	
	étage 8		floor 8
Direction des communications		Communications Branch	
Directeur général	←	Director General	←
Direction du personnel		Personnel Branch	
Directeur général	←	Director General	←
Direction des programmes spéciaux		Special Programs Branch	
Vice-président	←	Vice-President	←
Service de sécurité, Chef	→	Security Services, Chief	→
Centre de préparation des coopérants		Briefing Centre	
Directeur	→	Director	→
Division d'information, Directeur	→	Information Division, Director	→
Services de bibliothèque	→	Library Services	→

Fig. 2
Use of one-line and two-line signatures. Emploi des signatures sur une ligne et deux lignes.

Layout of the text

The text for a directory board must be organized and structured to help users. The structure is indicated by means of blank lines, indentations, dots and line breaks (**Fig. 3**). The use of these methods is described below. All layout details should be shown on the directory board order form.

A blank line is used to separate different blocks of information.

An indentation is used for the second and subsequent lines of an item, or to indicate items that are secondary to a main title.

A dot can be used to emphasize an item. Placed at the start of a line, dots are useful when the text includes several levels that need to be distinguished.

Line breaks should be selected and indicated on the order form. Hyphenation should be avoided.

Character sizes

The directory board system has been designed to accommodate standard character sizes (**Fig. 4**). The character size for the signature is 10 mm, the size for all text is 8 mm. The standard size of the directional arrow is 16 mm. When a directory board is to be revised the use of the standard sizes is important.

Disposition du texte

Le texte d'un tableau répertoire doit être organisé et structuré de manière à aider les utilisateurs. La structure est indiquée au moyen de lignes de blanc, de renfoncements, de gros points et de coupures de lignes (**Fig. 3**). Ces méthodes typographiques sont décrites ci-après. Tous les détails concernant la disposition devraient être indiqués sur la formule de commande du tableau répertoire.

La ligne de blanc sert à séparer les différents blocs de renseignements.

Le renfoncement est utilisé à partir de la deuxième ligne d'un texte ou pour indiquer les éléments secondaires suivant le titre principal.

Le gros point sert à mettre un élément en valeur. Placés au début de la ligne, les gros points sont tout particulièrement utiles pour les textes qui comprennent plusieurs niveaux qu'il faut distinguer.

Il faut décider des coupures de lignes et les indiquer sur la formule de commande. Il est préférable d'éviter les traits d'union.

Corps de caractère

Le système de tableaux répertoires a été conçu de manière à s'adapter à des corps de caractère standard (**Fig. 4**). Le corps de caractère utilisé pour la signature est de 10 mm, tandis que celui pour le texte est de 8 mm. Le corps standard de la flèche d'orientation est de 16 mm. L'utilisation de ces corps de caractère est particulièrement important quand un tableau répertoire doit être modifié.

Fig. 3
Methods of organizing and structuring the text. Méthodes d'organisation du texte.

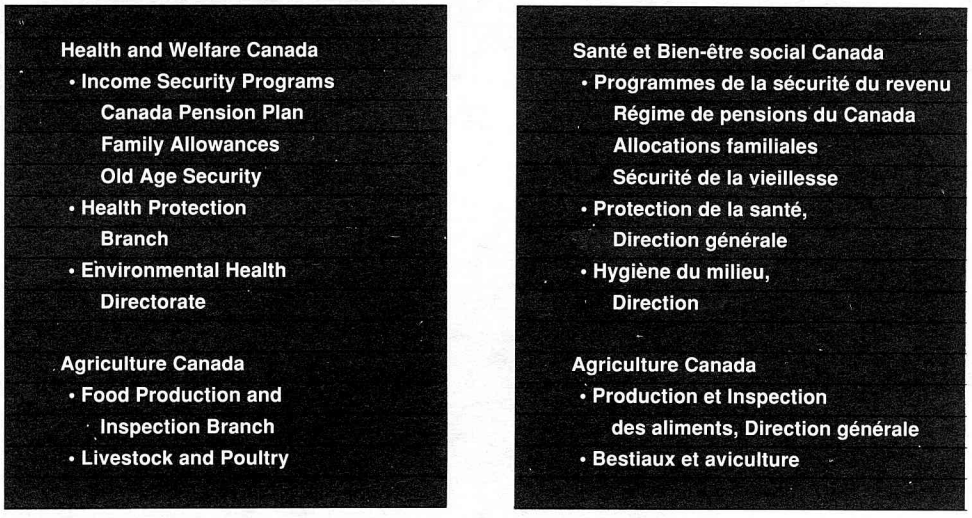


Fig. 4
Use of standard sizes. Emploi des tailles standard.

Directory board incorporating the wordmark

Normally, a directory board is preceded by the facility's primary identification sign. However, in cases where the installation of a primary sign (exterior or interior) is not feasible, the directory board may serve as a primary identification sign and a directory. In such cases the ''Canada'' wordmark appears at the bottom of the board on a light grey blade (**Fig. 5**).

Directory board components

The directory board system uses modular blades. This accommodates texts that vary in length and facilitates updating. The directory boards are manufactured from aluminum extrusions, and consist of a ''signature blade'' and the narrower ''text blades'' (**Fig. 6**). The frames that support the blades are cut to the height required for a particular board. Normally, a directory board should consist of at least five ''text blades'' plus the ''signature blade''. A number of blank blades are usually provided at the bottom of each board to accommodate possible additions at a later date.

The aluminum extrusions are finished in FIP dark grey, the signature and text appear in white.

Tableau répertoire sur lequel apparaît le mot-symbole

En règle générale, un tableau répertoire est précédé du panneau d'identification principal de l'installation. Toutefois, lorsqu'il est impossible d'ériger un panneau d'identification principal (intérieur ou extérieur), on peut parfois installer un panneau servant à la fois de panneau principal et de tableau répertoire. Dans ce cas, le mot-symbole «Canada» devrait paraître au bas du tableau répertoire sur un profilé gris pâle (**Fig. 5**).

Composantes du tableau répertoire

Le système de tableaux répertoires utilise des profilés modulaires qui s'adaptent à des textes de longueur variable et facilitent les mises à jour. Les tableaux répertoires sont faits de profilés d'aluminium et comprennent un «profilé de signature» et des «profilés de texte» plus étroits (**Fig. 6**). La hauteur des supports des profilés varie en fonction des tableaux répertoires. Normalement, un tableau répertoire devrait compter au moins cinq «profilés de texte» en plus du «profilé de signature». En règle générale, on prévoit un certain nombre de profilés en blanc en bas du tableau pour que l'on puisse faire des ajouts à une date ultérieure.

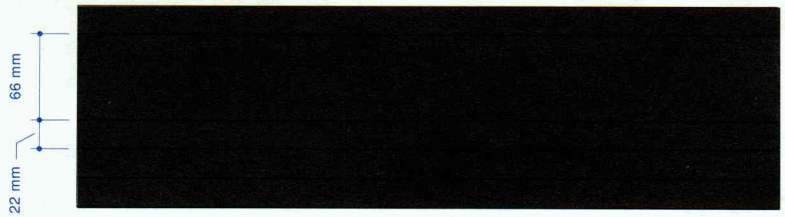
Les profilés d'aluminium sont gris foncé PCIM, et la signature et le texte y apparaissent en blanc.

Fig. 5
Use of the wordmark at the bottom of the board.

Emploi du mot-symbole au bas du tableau répertoire.

Fig. 6
The sizes of the modular blades.

Tailles des profilés modulaires.



Description of signs

A great variety of common-use and operational signs is used in government facilities. Described below are direction and location signs, area identification signs, name plates, and signs that convey a regulatory, warning, or informational message.

Direction and location signs

These signs indicate the "direction to" or the "location of" a facility, service, organizational unit, etc. Direction signs are placed near decision points or along routes to a particular location. Location signs identify the destination.

A direction sign normally includes one or more arrows. As required, the message may refer to a particular area or a distance (Fig. 7).

A location sign bears a message that confirms the destination (Fig. 8).

The background colour of direction and location signs is FIP dark grey, the lettering is white.

Description des panneaux

Une grande variété de panneaux d'usage courant et fonctionnels est utilisée dans les installations du gouvernement. Vous trouverez ci-après une description des panneaux de direction et d'emplacement, des panneaux de désignation de secteur, des plaques nominatives ainsi que des panneaux servant à réglementer, à avertir ou à transmettre des renseignements généraux.

Panneaux de direction et d'emplacement

Ces panneaux indiquent dans quelle direction ou dans quel lieu se trouve une installation, sont offerts des services, ou sont exercées des fonctions, etc. Les panneaux de direction sont placés près des points de décision ou le long du trajet menant à un endroit particulier. Les panneaux d'emplacement identifient la destination.

Le panneau de direction comprend généralement une ou plusieurs flèches et, au besoin, peut indiquer un lieu en particulier ou une distance à parcourir (Fig. 7).

Le panneau d'emplacement porte un message qui confirme la destination (Fig. 8).

Les panneaux de direction et d'emplacement sont gris foncé PCIM, et les caractères qui y figurent sont blancs.

Fig. 7
Direction signs. Panneaux de direction.

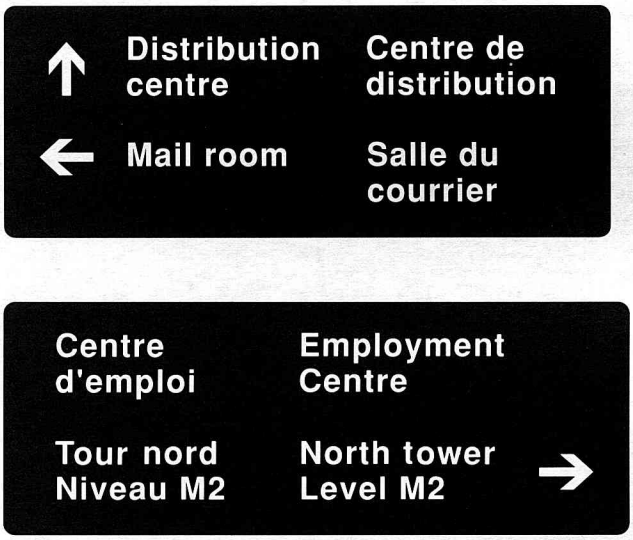
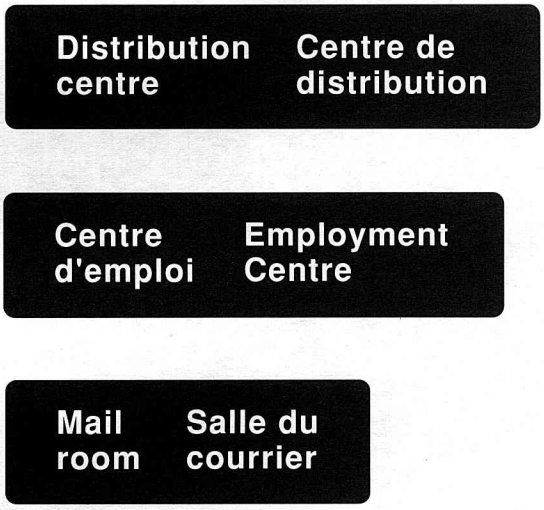


Fig. 8
Location signs. Panneaux d'emplacement.



Area identification signs

These signs identify a specific section, zone, floor or room. Area identification signs form part of a system that helps users of a facility to orient themselves.

The sign's message consists usually of a numeric or alphanumeric designation (**Fig. 9**).

The background colour of area identification signs is FIP dark grey, the lettering is white.

Name plates

A name plate identifies the occupant of a work station or room. A standard design has been adopted for government-wide use.

The name plate assembly consists of the backing piece and two blades: one to identify the location, and the other to bear the occupant's name. Where a name must be accompanied by the occupant's title, two plates are combined, as illustrated (**Fig. 10**).

The standard name plate accommodates up to 18 characters. The occupant has the choice of whether to use initials or to spell out the first name, but should bear in mind that a smaller character size must be used for names exceeding 18 characters.

The background colour of name plates is FIP dark grey, the lettering is white.

Panneaux de désignation de secteur

Ces panneaux indiquent l'emplacement d'une section, d'une zone, d'un étage ou d'une pièce en particulier. Ils font partie d'un système qui aide les utilisateurs d'une installation à s'orienter.

Le message qui figure sur ces panneaux comprend généralement un symbole numérique ou alphanumérique (**Fig. 9**).

Les panneaux de désignation de secteur sont gris foncé, et les caractères qui y figurent sont blancs.

Plaques nominatives

La plaque nominative identifie l'occupant d'un poste de travail ou d'une pièce. Un design normalisé a été adopté pour l'ensemble du gouvernement.

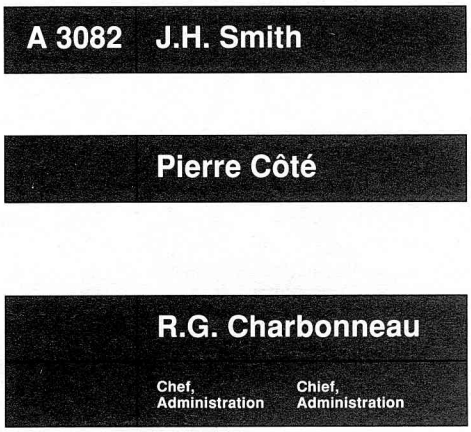
La plaque nominative se compose d'un support et de deux profilés: le premier identifie le lieu, et le second porte le nom de l'occupant. Quand l'emploi d'un titre semble nécessaire pour l'identification, on utilise deux plaques comme il est indiqué à la **figure 10**.

La plaque nominative standard peut comporter un maximum de 18 caractères. L'emploi du prénom ou des initiales est laissé au choix de l'occupant, qui devra tenir compte du fait qu'il faut réduire le corps des caractères dans le cas de noms excédant 18 caractères.

La plaque nominative est gris foncé PCIM, et les caractères qui y figurent sont blancs.

Fig. 9
Area identification signs. Panneaux de désignation de secteur.

Fig. 10
Name plates. Plaques nominatives.



Regulatory, warning and informational signs

These signs are classified into six types according to function. Distinct colours help users to distinguish between the different types of signs (**Fig. 11**). The government's system is based on the national standard, CAN/CSA-Z321, *Signs and Symbols for the Occupational Environment*.

The classification, function and colours of the six sign types are set out in **Table 1**, specific features or design elements are described below.

Regulatory class

Regulatory signs convey an order (prohibition or mandatory) and are distinguished by a red border. Based on a sign height of 100 units, the specification for the border is as follows (see **Fig. 11**):

- 8 unit wide border - 1:12.5;
- 3 unit wide surround (space between the edge and the border) - 1:33.3.

For example, a sign measuring 120 mm in height requires a 10 mm wide red border and a 4 mm wide surround. The measurements are rounded to the nearest millimetre.

Warning class

These signs include the word indicating the nature of the hazard (**Fig. 11**). The requirements are:

- messages indicating a potential hazard (type 3) begin with the word "Caution!";
- messages indicating a definite hazard (type 4) begin with the word "Danger!".

Information class

This class includes the emergency sign (type 5) and the guidance and information sign (type 6).

Panneaux de réglementation, d'avertissement et d'information

Ces panneaux, classés selon leur fonction, constituent six types. Des couleurs particulières aident les usagers à distinguer entre les différents types de panneaux (**Fig. 11**). Le système du gouvernement se fonde sur la norme nationale CAN/CSA-Z321 *Signaux et symboles dans le milieu de travail*.

La classification, la fonction et les couleurs propres aux six types de panneaux sont énoncées au **tableau 1**. Les particularités graphiques sont décrites ci-après.

Réglementation

Les panneaux de réglementation servent à communiquer un ordre (interdiction ou obligation) et se distinguent par une bordure rouge. À partir d'un panneau d'une hauteur de 100 unités, la bordure se précise comme suit (voir la **figure 11**):

- bordure rouge de 8 unités de largeur - 1:12,5;
- cadre blanc (espace entre la bordure rouge et le bord du panneau) de 3 unités de largeur - 1:33,3.

Par exemple, sur un panneau mesurant 120 mm de haut, la bordure mesurera 10 mm et le cadre mesurera 4 mm. Les mesures sont arrondies au millimètre le plus près.

Avertissement

Ces panneaux portent le mot caractérisant le risque selon les exigences suivantes (**Fig. 11**):

- les messages avertissant d'un danger éventuel (type 3) commencent avec le mot «Attention!»;
- les messages avertissant d'un danger présent (type 4) commencent avec le mot «Danger!».

Information

Cette catégorie comprend le panneau d'urgence (type 5) et le panneau d'information et d'orientation (type 6).

Table 1
Regulatory, Warning and Information Signs
Classification, function and colour

Class	Type	Function	Colour
Regulatory signs	**1 Prohibition**	Indicates an order forbidding an action	White background Black lettering Red border
	2 Mandatory	Indicates an order for obligatory action	White background Red lettering Red border
Warning signs	**3 Caution**	Indicates a potential hazard	Yellow background Black lettering
	4 Danger	Indicates a definite hazard	Red background White lettering
Information signs	**5 Emergency**	Provides information concerning emergency procedures	Green background White lettering
	6 Guidance and information	Provides information concerning a service, facility, procedure or condition	Dark grey background White lettering

Fig. 11
Regulatory, warning and information signs.

Panneaux de réglementation, d'avertissement et d'information.

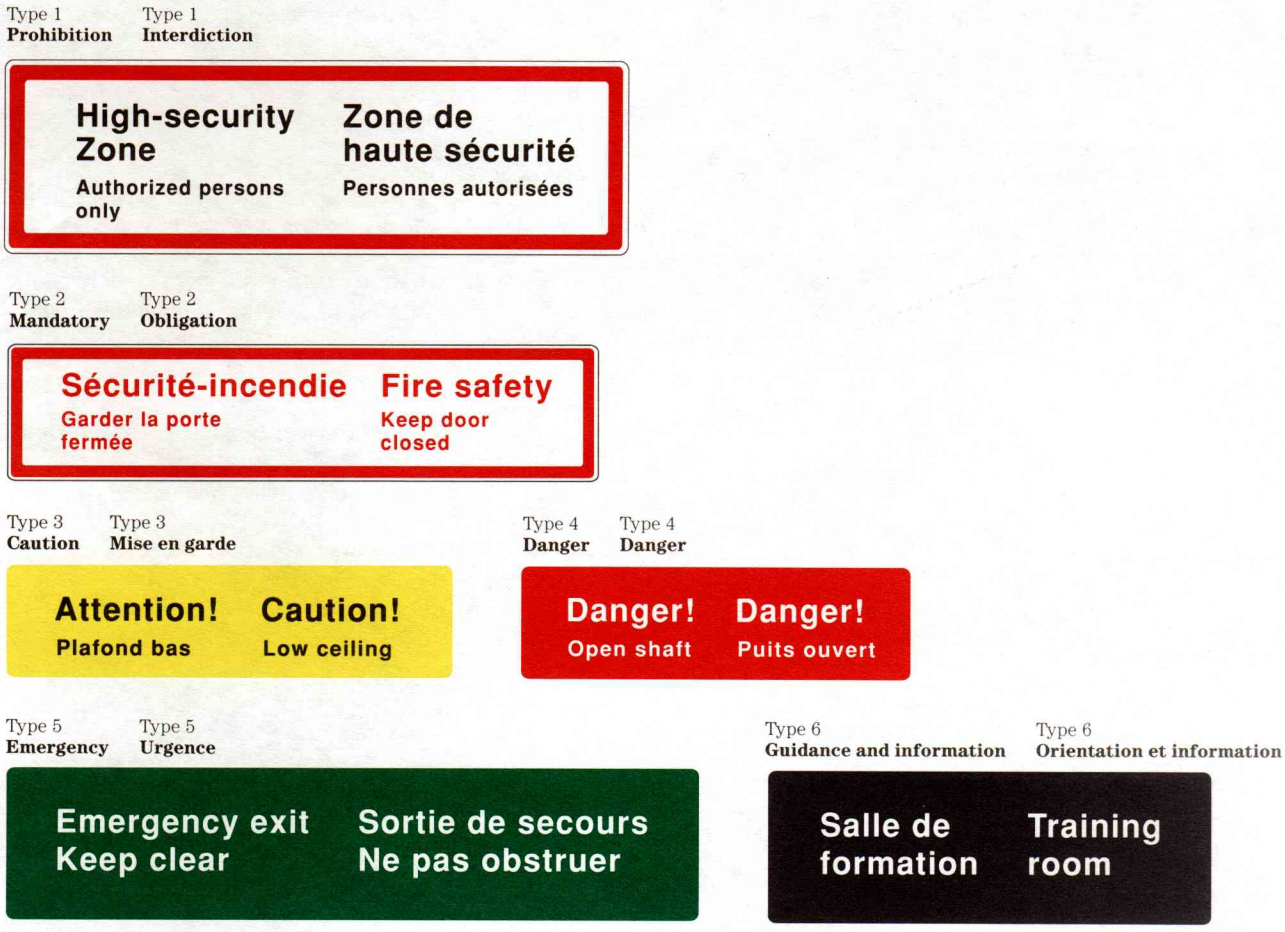


Tableau 1
Panneaux de réglementation, d'avertissement et d'information
Classification, fonction et couleur

Catégorie	Type	Fonction	Couleur
Panneaux de réglementation	**1 Inderdiction**	Donne l'ordre de ne pas faire quelque chose	Fond blanc Lettrage noir Bordure rouge
	2 Obligation	Donne l'ordre de faire quelque chose	Fond blanc Lettrage rouge Bordure rouge
Panneaux d'avertissement	**3 Mise en garde**	Avertit d'un risque	Fond jaune Lettrage noir
	4 Danger	Indique un danger réel	Fond rouge Lettrage blanc
Panneaux d'information	**5 Urgence**	Transmet des renseignements au sujet des marches à suivre en cas d'urgence	Fond vert Lettrage blanc
	6 Orientation et information	Transmet des renseignements au sujet d'un service, d'une installation, d'une marche à suivre ou d'une condition	Fond gris foncé Lettrage blanc

Parking control signs

To meet Public Works Canada's signage requirements in parking facilities, a standard format has been developed. Each of these signs bears the ''Government of Canada'' signature to indicate the signing authority. Parking control signs use graphic symbols, text, or a combination of both (**Fig. 12**). The examples shown here indicate how the standard sign format can be used for messages related to parking (see note).

Design standards

The design standards for parking control signs cover the layout, signage typeface, graphic symbols and colours. The general message is contained in the main area of the sign. Specific information, such as directional arrows and permit numbers, is displayed in the lower, white area.

Colour is used as follows:

- the background of the main area is black, the lettering is white;
- the background of the lower area is white, the lettering is black;
- the ''Parking'' and ''Access'' symbols appear in white on a blue background;
- the ''No parking'' symbol appears in red and black on a white background.

Note: The standard format described here does not apply to regulatory signs such as ''Stop'', ''One way'' or ''Do not enter''. These signs should conform to the *Manual of Uniform Traffic Control Devices for Canada*.

Panneaux de contrôle du stationnement

Un format normalisé permet de répondre aux exigences en matière de signalisation de Travaux publics Canada en ce qui concerne les installations de stationnement. Tous les panneaux de contrôle du stationnement portent la signature «Gouvernement du Canada» pour identifier l'autorité signataire. Ils portent également des symboles graphiques ou des communications verbales, parfois les deux, selon le besoin (**Fig. 12**). Les exemples ci-dessous montrent comment utiliser le format standard pour les messages relatifs au stationnement (voir la note).

Normes graphiques

Les normes graphiques des panneaux de contrôle du stationnement portent sur la disposition, le caractère de signalisation, les symboles graphiques et les couleurs. Tous les renseignements d'ordre général figurent sur la partie principale du panneau. Les renseignements plus précis, comme les flèches d'orientation et les numéros de permis, apparaissent dans la zone blanche au bas du panneau.

La couleur est employée comme suit:

- le fond de la partie principale est noir et les caractères sont blancs;
- le fond de la partie inférieure est blanc et les caractères sont noirs;
- les symboles «Stationnement» et «Accès» sont en blanc sur fond bleu;
- le symbole «Stationnement interdit» est en rouge et noir sur fond blanc.

Note: Ce format normalisé ne s'applique pas aux panneaux de réglementation «Arrêt», «Sens unique» ou «Entrée interdite», qui sont assujettis aux exigences du *Manual of Uniform Traffic Control Devices for Canada*.

Fig. 12
Parking control signs. Panneaux de contrôle du stationnement.

Layout of signs

Set out here are guidelines for preparing sign layouts. These guidelines cover the use of different character sizes, and the positioning of words, lines and columns of text. In view of the many factors affecting the design, judgement is required when applying these rules to a particular sign.

Layout and sign dimensions

Most layouts are designed on the basis of two factors, the length of the text and the size of the characters. This means that sign dimensions vary in accordance with these factors.

When a layout has to fit specific dimensions, the character size and the arrangement of the text become the variables. Examples of such layout requirements are the use of standard modular sign sizes for the production of a series of signs, or the need to design a sign to fit a specific architectural detail.

Use of character sizes

Although a brief message can be expressed using only one character size, more than one size if often needed to make a sign effective. By varying the size, the main message can be emphasized (**Fig. 13**). Normally, two character sizes are used on a sign.

For guidance on choosing the appropriate character size, see "Viewing distance and character size" in section 4.1. For the convenience of the reader, the basic data have been included in **Table 2** below.

Disposition graphique des panneaux

La disposition des panneaux fait l'objet de lignes directrices énoncées ci-dessous portant sur l'utilisation des différents corps de caractère et sur la disposition des mots, des lignes et des colonnes. Différents facteurs influant sur la présentation graphique, il faut, pour chaque panneau, faire preuve de jugement en appliquant ces règles.

Disposition graphique et dimensions des panneaux

En règle générale, la disposition se fonde sur deux facteurs: la longueur du texte et le corps des caractères. La dimension des panneaux varie donc en fonction de ces facteurs.

Lorsque la disposition doit respecter des dimensions précises, le corps de caractère et l'agencement du texte deviennent les variables. Au nombre des exigences particulières concernant la disposition, mentionnons à titre d'exemple, la nécessité d'utiliser des panneaux modulaires de taille standard pour la production d'une série de panneaux ou la nécessité de concevoir un panneau en fonction de particularités architecturales.

Emploi de corps de caractère

Bien que les panneaux servant à transmettre un court message n'exigent qu'un corps de caractère, il faut souvent en employer plusieurs pour que le message soit plus efficace. En variant le corps, on met en valeur le message principal (**Fig. 13**). Normalement, on utilise deux corps de caractère sur un panneau.

Pour décider du corps de caractère à utiliser, voir la rubrique «Distance de lecture et corps de caractère» de la section 4.1. Pour faciliter la consultation par le lecteur, les données de base figurent au **tableau 2** présenté ci-après.

Table 2
Viewing distance and character size

Viewing distance	Character size
1 m	5 mm
2 m	6 mm
4 m	8 mm
6 m	10 mm
7 m	12 mm
9 m	15 mm
12 m	20 mm
15 m	25 mm
18 m	30 mm
24 m	40 mm
30 m	50 mm
36 m	60 mm
48 m	80 mm
60 m	100 mm
72 m	120 mm
90 m	150 mm
120 m	200 mm

Note: See section 4.1 for guidelines on the selection of character sizes.

Tableau 2
Distance de lecture et corps de caractère

Distance de lecture	Corps de caractère
1 m	5 mm
2 m	6 mm
4 m	8 mm
6 m	10 mm
7 m	12 mm
9 m	15 mm
12 m	20 mm
15 m	25 mm
18 m	30 mm
24 m	40 mm
30 m	50 mm
36 m	60 mm
48 m	80 mm
60 m	100 mm
72 m	120 mm
90 m	150 mm
120 m	200 mm

Note: La section 4.1 précise les lignes directrices régissant le choix du corps.

Fig. 13
Emphasizing the main message. Mise en valeur du message principal.

Character size ratios

The ratio of 1.5:1 is most common. To meet special layout or message requirements, other ratios such as 2:1 or 3:1 can be used. **Figure 14** shows the effect of different ratios.

The standard character sizes that can be combined on a sign when using ratios of 1.5:1, 2:1 or 3:1, are indicated in Table 3.

Rapports de corps de caractère

C'est le rapport de corps 1,5:1 qui est le plus couramment employé. Pour des dispositions ou des messages spéciaux, on peut en utiliser d'autres comme 2:1 ou 3:1. La **figure 14** illustre l'effet de différents rapports.

Le **tableau 3** indique les corps standard que l'on peut combiner sur un panneau quand on utilise les rapports 1,5:1, 2:1 ou 3:1.

Table 3
Character size ratios (in mm)

1.5 : 1	2 : 1	3 : 1
8 : 5	10 : 5	15 : 5
10 : 6	12 : 6	20 : 6
12 : 8	15 : 8	25 : 8
15 : 10	20 : 10	30 : 10
20 : 12	25 : 12	40 : 12
25 : 15	30 : 15	50 : 15
30 : 20	40 : 20	60 : 20
40 : 25	50 : 25	80 : 25
50 : 30	60 : 30	100 : 30
60 : 40	80 : 40	120 : 40
80 : 50	100 : 50	
100 : 60	120 : 60	
120 : 80		

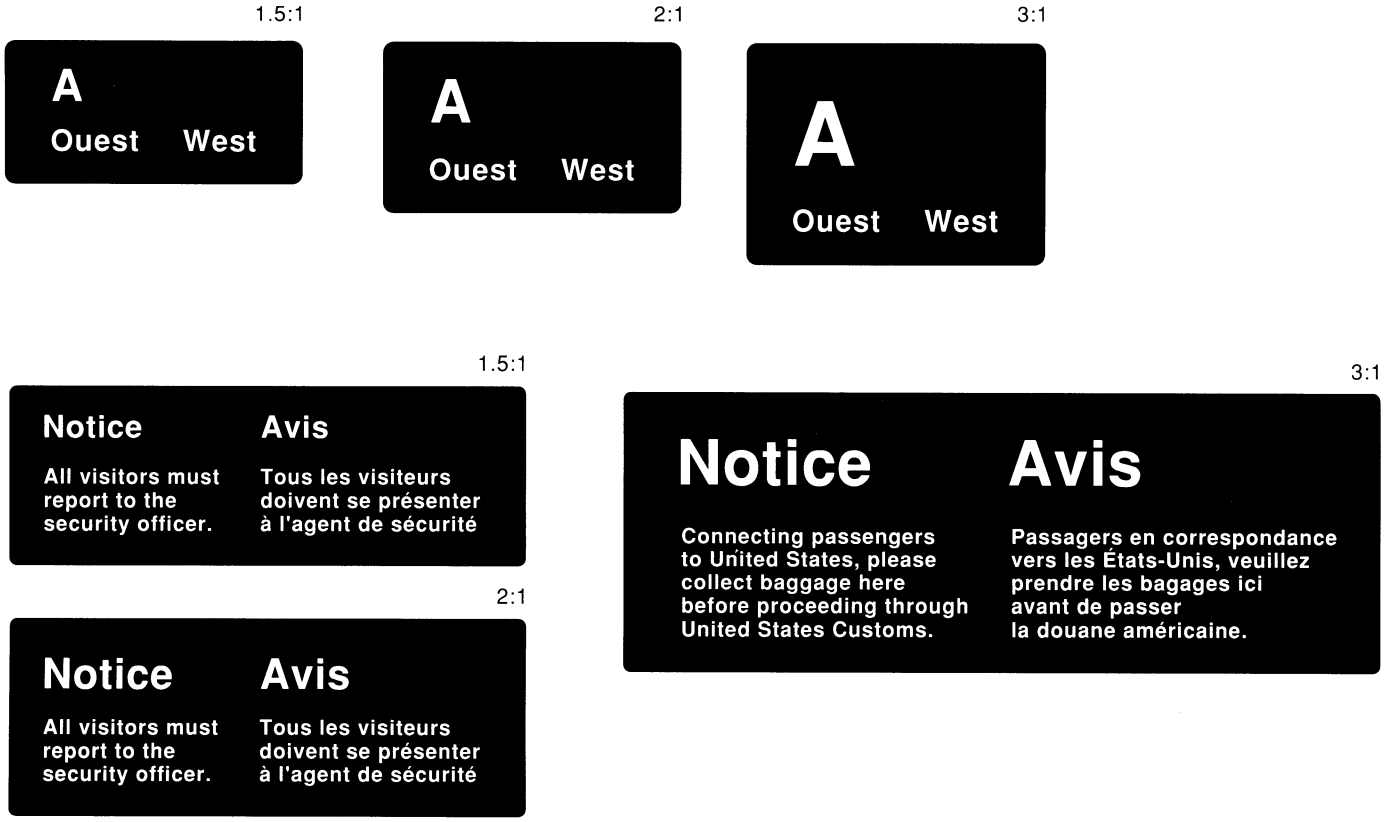
Note: Where the existing standard sizes do not provide exact ratios, the nearest available size is used.

Tableau 3
Rapports de corps de caractère (en mm)

Note: Lorsque les corps disponibles ne représentent pas le rapport exact voulu, on utilise le corps qui s'en rapproche le plus.

Fig. 14
The effect of using different character size ratios.

L'effet produit par l'utilisation de différents rapports de corps.



Text layout

All measurements pertaining to the layout are based on the "x", the unit of measurement used in signage. The character sizes are given in millimetres.

A sign's message units (words, lines and columns of text) are positioned according to standard spaces. To accommodate different viewing conditions, two sets of standard spaces apply. For signs using small character sizes (5 mm to 40 mm), the measures in **Table 4** apply. For signs using large sizes (50 mm to 200 mm), refer to **Table 5**.

The **minimum spaces** referred to in Tables 4 and 5 may be required to achieve a balanced layout, to express spatial relationships, or to resolve layout problems.

Disposition du texte

Toutes les mesures relatives à la disposition sont fondées sur l'unité de mesure «x» utilisée dans la signalisation. Les corps de caractère sont mesurés en millimètres.

Les éléments de communication d'un panneau (mots, lignes et colonnes du texte) respectent l'espacement standard. Deux séries de normes d'espacement permettent de tenir compte des différentes conditions de lecture. Pour les panneaux dont le corps de caractère est petit (5 mm à 40 mm), on emploie l'espacement indiqué au **tableau 4**. Pour les panneaux dont le corps de caractère est plus gros (50 mm à 200 mm), on devrait employer l'espacement indiqué au **tableau 5**.

Les **espaces minimum** indiqués aux tableaux 4 et 5 peuvent être nécessaires pour obtenir une disposition qui tient compte du rapport entre les éléments ou pour résoudre des problèmes de disposition.

Table 4
Standard spaces, 5 mm to 40 mm x-height

Horizontal spacing

3x (min. 2.5x) between left border and left-hand column.

3x (min. 2.5x) between left and right-hand column, measured from the end of the longest line.

3x (min. 2.5x) between longest line of the right-hand column and the right border.

Vertical spacing

2x (min. 1.5x) between top border and the highest message unit.

3x (min. 2x) between message units when using one character size only.

4x (min. 2x) between message units when using two character sizes in a ratio of 1:1.5. See Note.

5x (min. 3x) between message units when using two character sizes in a ratio of 1:2. See Note.

2x between bottom border and the lowest message unit.

Note: The "x" indicated refers to the smaller of the two character sizes.

Tableau 4
Espaces standard, hauteur « x » de 5 mm à 40 mm

Espacement horizontal

3x (min. 2,5x) entre la bordure de gauche et la colonne de gauche.

3x (min. 2,5x) entre la colonne de gauche et la colonne de droite (basé sur la ligne la plus longue).

3x (min. 2,5x) entre la ligne la plus longue de la colonne de droite et la bordure droite.

Espacement vertical

2x (min. 1,5x) entre la bordure supérieur et l'élément de communication le plus haut.

3x (min. 2x) entre les éléments de la communication lorsqu'on utilise un seul corps de caractère.

4x (min. 2x) entre les éléments de la communication dans le cas d'un rapport de corps de 1:1,5. Voir la note.

5x (min. 3x) entre les éléments de la communication dans le cas d'un rapport de corps de 1:2. Voir la note.

2x entre la bordure du bas et l'élément le plus bas de la communication.

Note: Le nombre de «x» se rapporte au corps de caractère le moins grand.

Table 5
Standard spaces, 50 mm to 200 mm x-height

Horizontal spacing

4x (min. 3x) between left border and left-hand column.

4x (min. 3x) between left and right-hand column, measured from the end of the longest line.

4x (min. 3x) between longest line of the right-hand column and the right border.

Vertical spacing

2.5x (min. 2x) between top border and the highest message unit.

3x (min. 2x) between message units when using one character size only.

4x (min. 2x) between message units when using two character sizes in a ratio of 1:1.5. See Note.

5x (min. 3x) between message units when using two character sizes in a ratio of 1:2. See Note.

2.5x (min. 2x) between bottom border and the lowest message unit.

Note: The "x" indicated refers to the smaller of the two character sizes.

Tableau 5
Espaces standard, hauteur « x » de 50 mm à 200 mm

Espacement horizontal

4x (min. 3x) entre la bordure de gauche et la colonne de gauche.

4x (min. 3x) entre la colonne de gauche et la colonne de droite (basé sur la ligne la plus longue).

4x (min. 3x) entre la ligne la plus longue de la colonne de droite et la bordure droite.

Espacement vertical

2,5x (min. 2x) entre la bordure supérieur et l'élément de communication le plus haut.

3x (min. 2x) entre les éléments de la communication lorsqu'on utilise un seul corps de caractère.

4x (min. 2x) entre les éléments de la communication dans le cas d'un rapport de corps de 1:1,5. Voir la note.

5x (min. 3x) entre les éléments de la communication dans le cas d'un rapport de corps de 1:2. Voir la note.

2,5x (min. 2x) entre la bordure du bas et l'élément le plus bas de la communication.

Note: Le nombre de «x» se rapporte au corps de caractère le moins grand.

Layout methods

Sign layouts can be prepared manually or with the aid of a computer. The two methods are described below.

Manual layout

The use of grid paper is recommended (**Fig. 15**). The steps are:

- establish the character size on the basis of the sign's viewing distance, **Table 2**;
- determine the most effective character size ratio if more than one size is used, **Table 3**;
- lay out the message elements by referring to the standard spaces; use **Table 4 or 5**, as appropriate.

The approximate dimensions of the sign are determined by multiplying the number of "x" by the character size used. (Consult section 4.5 for details on calculating sign dimensions.)

Computer-aided layout

The majority of sign layouts are being prepared with the computer-aided layout system developed by Supply and Services Canada. The system permits the designer to explore various layout options, such as character size ratios and line breaks.

A layout is prepared by selecting the appropriate design program and entering the message. The printout (**Fig. 16**) represents a simulated layout and, although it is not true in its proportions, indicates precise dimensions for the purpose of fabrication.

Méthodes de disposition

La disposition graphique des panneaux peut se faire à la main ou par ordinateur. Ces deux méthodes sont décrites ci-dessous.

Disposition manuelle

Il est recommandé d'utiliser du papier quadrillé (**Fig. 15**), et de suivre les étapes suivantes:

- déterminer le corps de caractère en tenant compte de la distance de lecture (voir le **tableau 2**);
- déterminer le rapport de corps le plus efficace si plus d'un corps est employé (voir le **tableau 3**);
- disposer les éléments du message selon les normes d'espacement (voir les **tableaux 4 ou 5**, le cas échéant).

On peut déterminer les dimensions approximatives du panneau en multipliant le nombre de «x» par le corps de caractère utilisé. (Voir la section 4.5 pour plus de précisions au sujet du calcul des dimensions des panneaux.)

Disposition assistée par ordinateur

Dans la plupart des cas, la disposition graphique des panneaux est effectuée à l'aide du système de disposition assistée par ordinateur élaboré par Approvisionnements et Services Canada. Le système permet au concepteur d'examiner diverses options de disposition graphique, notamment les rapports de corps et les coupures de lignes.

La disposition graphique s'effectue en choisissant le programme qui convient et en introduisant le message. L'imprimé (**Fig. 16**) représente une composition graphique simulée et, bien que les proportions ne soient pas réelles, il indique les dimensions précises aux fins de la fabrication.

Fig. 15
Positioning message elements by applying the standard spaces.

Position des éléments de communication en fonction des espaces standard.

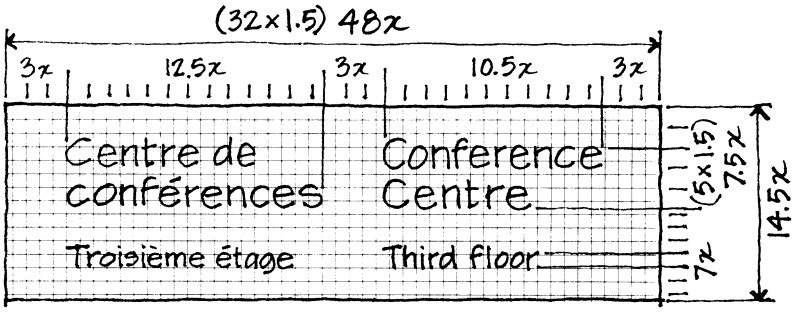
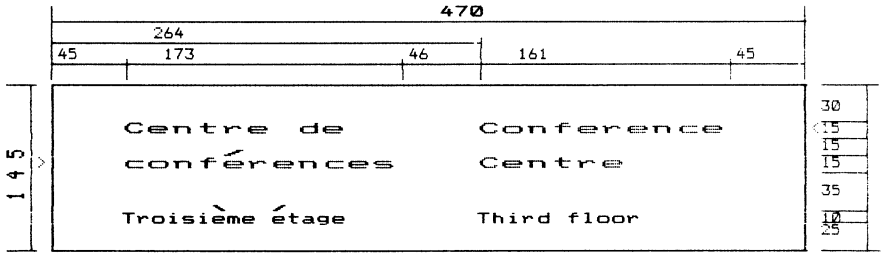


Fig. 16
Printout produced by the computer-aided layout system.

Imprimé produit par le système de disposition graphique assistée par ordinateur.



Layout modifications

There are cases where a sign must be designed to fit specific architectural details. Typical examples are modular spaces at the side of or above entrances. In some cases, a layout can be modified by simply increasing the margins surrounding the message (**Fig. 17**). In other instances, a restructuring of the text, or the use of different character sizes may be necessary to achieve a sign that fits.

Modifications de la disposition graphique

Dans certains cas, un panneau doit être conçu en fonction de particularités architecturales. Des exemples typiques sont les espaces modulaires situés sur le côté ou au-dessus des entrées. Dans certains cas, on peut modifier la disposition en augmentant la marge qui entoure le message (**Fig. 17**). Dans d'autres cas il peut être nécessaire de restructurer le texte ou utiliser des corps de caractère différents.

Fig. 17
Layout modified to suit a specific dimension.
Disposition graphique modifiée en fonction d'une dimension précise.

Signature layout

One of three layouts can be used for the signature. In most cases, a one- or a two-line signature is used. A three-line signature may be required on a sign where horizontal space is limited, or where the length of the title requires it (**Fig. 18**).

For the reasons stated in section 1.1, the modified version of the flag symbol is used whenever a signature appears in white on a dark background.

One-line signature

The relationship between the character size and the height of the flag symbol is 1:3. For example, when using the 10 mm character size, the height of the flag symbol must be 30 mm, or 3x.

Two-line and three-line signatures

The relationship between the character size and the height of the flag symbol is 1:3.4. For example, when using the 10 mm character size, the height of the flag symbol must be 34 mm, or 3.4x.

Size relationships

Table 6 shows the character size with the corresponding size of the flag symbol using the ratios referred to above.

Spacing

The space between the flag symbol and the left-hand column, and between the language columns, is based on the character size of the particular signature. Subject to specific layout requirements, the following spaces apply:

- 3x for small sizes (5 to 40 mm);
- 4x for large sizes (50 to 200 mm).

Disposition de la signature

La signature peut se présenter de trois façons. Dans la plupart des cas, elle sera sur une ou deux lignes. Elle peut être sur trois lignes si le titre de l'organisme est long ou l'espace horizontal limité (**Fig. 18**).

Pour les raisons énoncées à la section 1.1, on utilise la version modifiée du symbole du drapeau lorsqu'une signature apparaît en blanc sur un fond foncé.

Signature sur une ligne

Le rapport entre le corps de caractère et la hauteur du symbole du drapeau est de 1:3. Par exemple, lorsqu'on utilise un corps de caractère de 10 mm, la hauteur du symbole du drapeau doit être de 30 mm, soit 3x.

Signatures sur deux et trois lignes

Le rapport entre le corps de caractère et la hauteur du symbole du drapeau est de 1:3,4. Par exemple, lorsqu'on utilise un corps de caractère de 10 mm, la hauteur du symbole du drapeau doit être de 34 mm, soit 3,4x.

Rapports des corps de caractère

Le **tableau 6** montre le corps de caractère avec la hauteur correspondante du symbole du drapeau d'après les rapports indiqués ci-dessus.

Espacement

On détermine l'espace entre le symbole du drapeau et la colonne de gauche ainsi qu'entre les colonnes de texte en fonction du corps de caractère de la signature particulière. Sous réserve d'exigences précises relatives à la disposition, l'espacement est le suivant:

- 3x pour les petits corps de caractère (5 à 40 mm);
- 4x pour les gros corps de caractère (50 à 200 mm).

Fig. 18
The different layouts of the signature.

Les différentes dispositions de la signature.

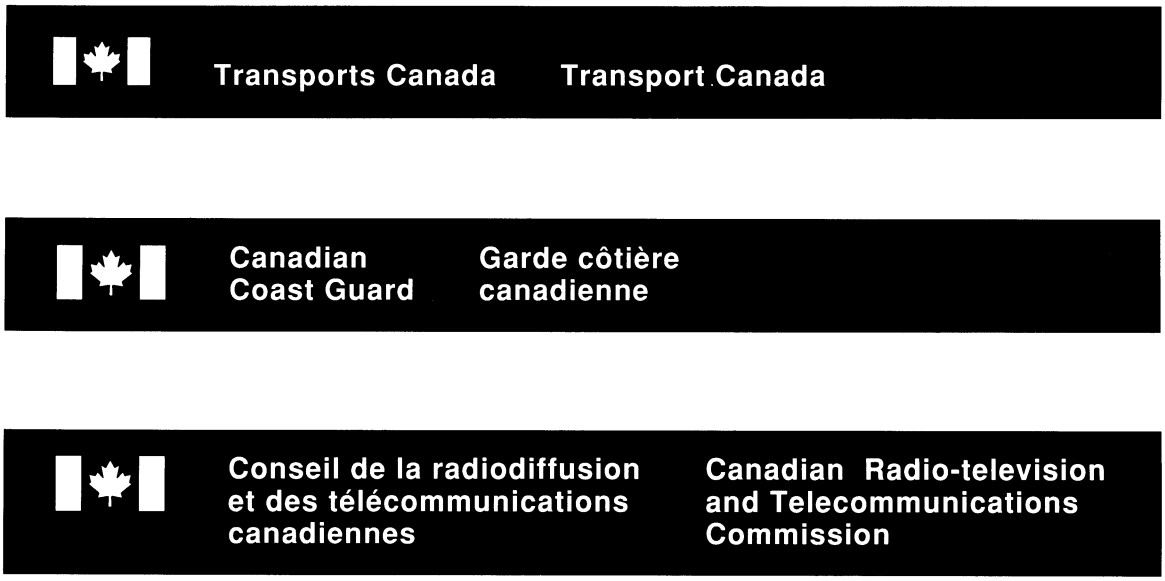


Table 6
Character size and height of flag symbol (in mm)

Tableau 6
Corps de caractère et hauteur du symbole du drapeau (en mm)

One-line signature / Signature d'une ligne				Two- and three-line signatures / Signatures de deux et de trois lignes			
Character size / Corps de caractère	Height of symbol / Hauteur du symbole	Character size / Corps de caractère	Height of symbol / Hauteur du symbole	Character size / Corps de caractère	Height of symbol / Hauteur du symbole	Character size / Corps de caractère	Height of symbol / Hauteur du symbole
10	30	50	150	10	34	50	170
12	36	60	180	12	41	60	204
15	45	80	240	15	51	80	272
20	60	100	300	20	68	100	340
25	75	120	360	25	85	120	408
30	90	150	450	30	102	150	510
40	120	200	600	40	136	200	680

The directional arrow

The arrow is one of the most commonly used symbols in the signage system. To ensure that it is applied effectively, the following rules have been developed.

Standard arrow design
A design that conforms with ISO Standard 7001 has been adopted for the FIP signage system. The arrow can be used to indicate eight different orientations (**Fig. 19**).

Size of the arrow
As required, the size of the arrow can be 2x, 3x, 4x or 5x of the x-height used for the sign message (**Fig. 20**).

Applying the arrow
The directional arrow always functions in conjunction with a message and therefore must be integrated into the layout. This means that the appropriate size and position of the arrow needs to be determined.

To help position it in a layout, the arrow is used within a square module as illustrated (**Fig. 21**).

Flèche d'orientation

La flèche est l'un des symboles utilisés le plus couramment dans le système de signalisation. Pour qu'elle soit efficace, il convient de suivre les règles suivantes.

Flèche standard
Un design conforme à la norme internationale 7001 de l'ISO a été adopté pour le système de signalisation du PCIM. La flèche sert à indiquer huit orientations différentes (**Fig. 19**).

Taille de la flèche
Au besoin, la taille de la flèche peut être de 2x, 3x, 4x ou 5x de la hauteur «x» utilisée pour le message (**Fig. 20**).

Emploi de la flèche
La flèche d'orientation étant toujours utilisée avec un message, elle doit être intégrée à la disposition graphique du panneau, ce qui signifie qu'il faut en déterminer la taille et la position convenable.

Pour bien positionner la flèche il faut la placer dans un carré, tel que l'indique la **figure 21**.

Fig. 19
The standard arrow. La flèche standard.

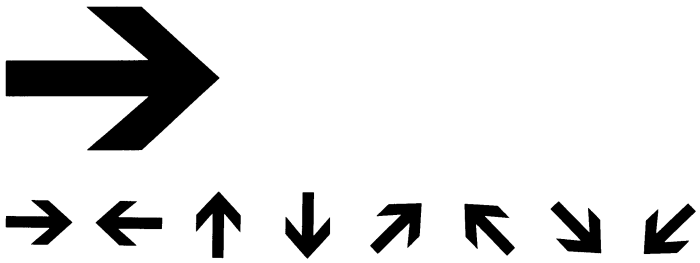


Fig. 20
The different sizes of the arrow. Les différentes tailles de la flèche.

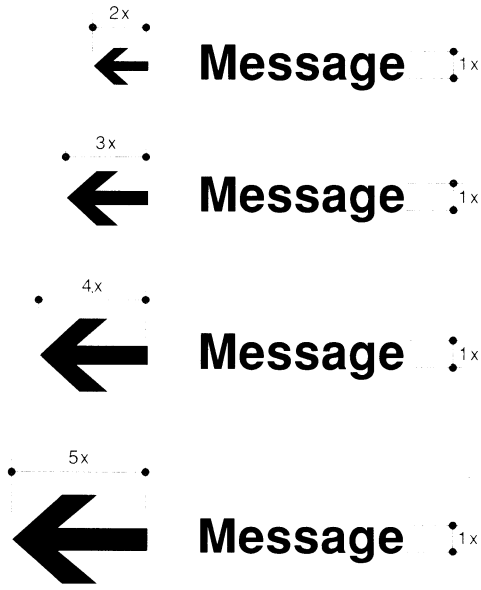
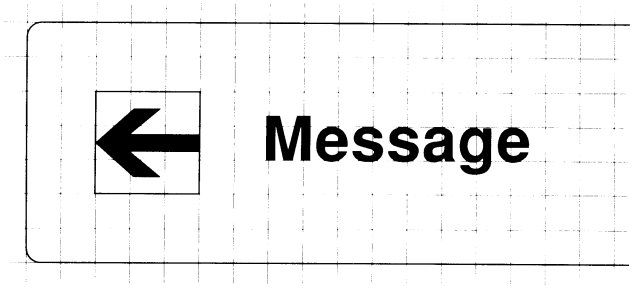


Fig. 21
Positioning the arrow in a layout. Position de la flèche dans une disposition graphique donnée.



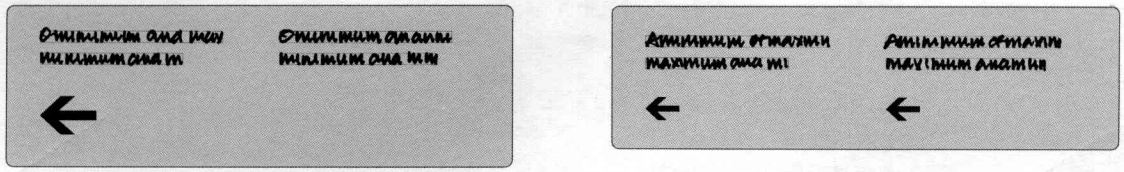
Selecting the size of the arrow
The selection of an appropriate arrow size in relation to the character size depends on how the arrow is used. When the arrow appears with each of the two language columns, a 2x or 3x arrow should be used. In cases where one arrow must serve both language columns, a 3x, 4x or 5x arrow should be applied. The effect of the different sizes is shown in **Figure 22**.

Choix de la taille de la flèche
Le choix de la taille de la flèche par rapport au corps de caractère dépend de la façon dont on l'utilise. On emploie une flèche de 2x ou de 3x avec chacune des deux colonnes de texte. On emploie une flèche de 3x, 4x ou 5x quand une seule flèche s'applique aux deux colonnes. L'effet des différentes tailles est illustré à la **figure 22**.

When only one arrow is used, its size should be 3x for an interior sign and 4x or 5x for an exterior sign. Furthermore, the large arrow sizes should be used for signs related to vehicular traffic.

Lorsqu'on utilise une seule flèche, elle devrait être de 3x pour les panneaux intérieurs et de 4x ou 5x pour les panneaux extérieurs. Il faut utiliser les flèches de taille plus importante pour tous les panneaux qui se rapportent à la circulation des véhicules.

Fig. 22
The effect of using different sizes of the arrow. Effet de l'utilisation de flèches de différentes tailles.



Position of the arrow

The arrow's position within a layout generally depends on the number of different directions to be indicated, and whether arrows are used with each language column or whether one arrow is used to serve both language columns.

When preparing a layout, careful consideration should be given to the size of the arrow and its position in relation to the message. The object is that the reader of either of the two official languages should be readily aware of the direction. Subject to specific requirements, one or more of the following options will apply (**Fig. 23**):

- using only one arrow in a size appropriate for the layout;
- using an arrow with each language column;
- placing the arrow on either the left side, the right side, or below the message; or
- arranging a series of arrows in a column at the right (or left) of each language column.

Position de la flèche

La position de la flèche dépend généralement du nombre de directions à indiquer et de la façon dont on utilise la flèche, soit qu'elle s'applique aux deux colonnes de texte soit qu'elle est répétée avec chaque colonne.

En concevant un panneau, il faut tenir compte de la taille de la flèche et de sa position par rapport au message. Le lecteur de l'une ou l'autre des deux langues officielles doit pouvoir facilement trouver la direction. Selon les exigences précises, on a le choix entre les possibilités suivantes (**Fig. 23**):

- employer une seule flèche dont la taille est adaptée à la disposition graphique;
- utiliser une flèche avec chaque colonne de texte;
- placer la flèche à gauche, à droite ou au-dessous du message verbal; ou
- disposer des flèches en colonne à droite (ou à gauche) de chaque colonne de texte.

Fig. 23
Options for positioning the arrow. Options relatives à la position de la flèche.

Orientation and position

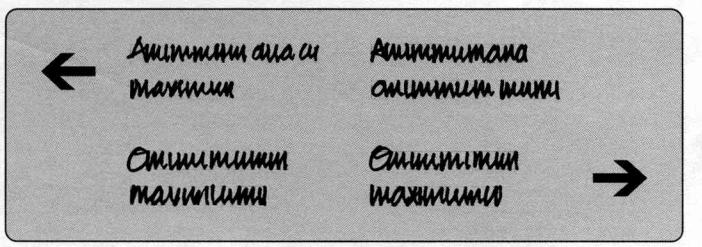
The interaction between the message, the arrow and its orientation should be considered in each case. Generally, the perception of a message can be improved by placing the arrow in relation to where it is pointing. This is based on the principle that an arrow should appear to "pull" (not "push") the message (**Fig. 24**). This rule applies particularly to signs where quick comprehension of the change in direction is essential.

Orientation et position

On devrait tenir compte dans chaque cas du rapport entre le message et l'orientation de la flèche. Il est généralement plus facile de saisir le message si la flèche est placée logiquement par rapport à la direction qu'elle indique. Cette affirmation part du principe qu'une flèche devrait «tirer» et non «pousser» le message (**Fig. 24**). Cette règle s'applique tout particulièrement aux panneaux qui doivent être vite compris du fait même qu'ils indiquent un changement de direction.

Fig. 24
Positioning the arrow in relation to where it is pointing.

Position de la flèche par rapport à la direction qu'elle indique.



How to indicate straight ahead

Because no special symbol exists to convey "straight ahead", either the "up" or the "down" arrow is used. This can, however, cause confusion in the mind of viewers who may interpret the direction as "up" or "down" instead of "straight ahead". The following rules are intended to avoid this kind of misinterpretation.

The choice between the "up" and "down" arrow should be based on the sign's placement and the method of installation (**Fig. 25**). For signs that are installed at or below eye level, the "up" arrow should be used. For signs that are installed above eye level, the "down" arrow is recommended. Examples of the latter kind are interior, ceiling-suspended, and exterior, overhead signs.

Before deciding whether to use an "up" or a "down" arrow, the proposed location should be evaluated.

Flèche indiquant d'aller tout droit

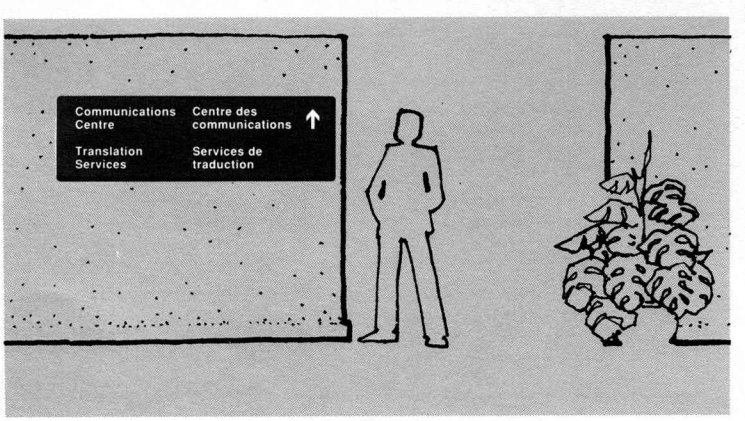
Parce qu'il n'existe aucun symbole spécial pour indiquer «d'aller tout droit», on utilise la flèche pointant vers le haut ou vers le bas, ce qui risque de concerter l'utilisateur, qui pourrait penser qu'il faut monter ou descendre au lieu d'aller tout droit. Les règles suivantes visent à éviter toute erreur d'interprétation.

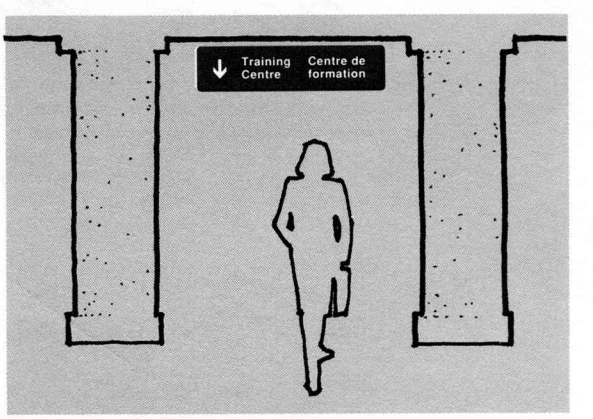
Le choix entre la flèche pointant vers le haut et celle pointant vers le bas devrait se fonder sur l'emplacement du panneau et sur la méthode d'installation (**Fig. 25**). Il faudrait utiliser la flèche pointant vers le haut avec les panneaux situés au niveau des yeux ou au-dessous et la flèche pointant vers le bas avec les panneaux installés au-dessus du niveau des yeux, comme pour les panneaux intérieurs suspendus au plafond et les panneaux extérieurs placés en hauteur.

Avant de décider quelle flèche utiliser, il faudrait examiner le lieu où on se propose d'afficher le panneau.

Fig. 25
Indicating "straight ahead" by means of the "up" or the "down" arrow.

Indication d'aller tout droit à l'aide d'une flèche pointant vers le haut ou vers le bas.





The arrow as a separate sign

A separate, self-contained ''arrow sign'' has been developed for use with the standard signs included in section 4.3A. By means of a modular, square substrate, these ''arrow signs'' allow message and direction to be displayed in a variety of ways. **Figure 26** indicates how the ''arrow sign'' should be installed.

Flèche sur un panneau distinct

On a mis au point un «panneau de flèche» distinct que l'on utilisera avec les panneaux normalisés présentés à la section 4.3A. L'emploi de supports carrés modulaires pour ces «panneaux de flèches» laisse beaucoup de souplesse en ce qui concerne l'affichage du message et de la direction. La **figure 26** indique comment installer le «panneau de flèche».

Fig. 26
Typical applications of the modular ''arrow signs''.

Applications typiques des «panneaux de flèche» modulaires.

Graphic symbols

The government's set of symbols

Described here is the set of graphic symbols adopted by the Government of Canada. It was first published in 1980 under the title "Graphic symbols for public areas and occupational environments".

Developed for government-wide use in the FIP signage system, the symbols are intended to meet the general requirements of federal institutions. The set includes regulatory, warning and information symbols.

During initial development, the existing standards and practices in Canada and other countries were reviewed. The principles established by Committee Z321 of CSA (Canadian Standards Association) and Committee TC145 of ISO (International Organization for Standardization) were adopted, and the following national and international standards have ben applied:

- CAN/CSA-Z321, Signs and Symbols for the Occupational Environment;
- ISO 7001, Public Information Symbols.

Details on each symbol are set out in section 4.3A. A general description of the set of symbols is provided below.

Symboles graphiques

Le jeu de symboles du gouvernement

Initialement publié en 1980 sous le titre «Symboles graphiques pour les endroits publics et les lieux de travail», le jeu de symboles graphiques adopté par le gouvernement du Canada est décrit ci-après.

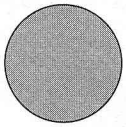
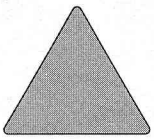
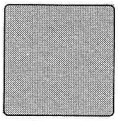
Partie intégrante du système de signalisation du PCIM, le jeu de symboles vise à répondre à la plupart des besoins des institutions fédérales et comprend des symboles de réglementation, d'avertissement et d'information.

Avant de l'adopter, il a tout d'abord fallu examiner les normes et pratiques existantes au Canada et dans les autres pays. Il a fallu ensuite adopter les principes établis par le comité Z321 de l'ACNOR (l'Association canadienne de normalisation) et le comité TC145 de l'ISO (Organisation internationale de normalisation) et appliquer les normes nationales et internationales suivantes:

- la norme nationale du Canada CAN/CSA-Z321, «Signaux et symboles dans le milieu de travail»;
- la norme 7001 de l'ISO, «Symboles destinés à l'information du public».

Des précisions au sujet de chaque symbole figurent à la section 4.3A. Une description générale du jeu de symboles est donnée ci-après.

Table 7
Classification of graphic symbols

Class and geometric shape	Type and colour	Function of symbols	Subject area classification
Regulatory 	1 **Prohibition** Red and black on white	To indicate an order forbidding an action.	**1.1** Access **1.2** Activities
	2 **Mandatory** White on black	To indicate an order for obligatory action.	**2.1** Protective apparel
Warning 	3 **Caution** Black on yellow	To indicate a potential hazard.	**3.1** Potential hazards
	4 **Danger** White on red	To indicate a definite hazard.	**4.1** Definite hazards
Information 	5 **Emergency** White on green	To provide information required in case of emergency.	**5.1** Fire fighting equipment **5.2** First aid **5.3** General
	6 **Guidance and Information** (a) White on dark grey; or (b) White on blue	To provide general information.	**6.1** Public services **6.2** Public transportation **6.4** Concessions **6.5** Recreation **6.6** General

Objectives
The government's set of symbols is based on the following objectives:

- to provide users of government facilities with uniform, easily learned and understood graphic symbols;
- to harmonize the symbols with those developed by national and international standards organizations;
- to achieve as much visual coherence as possible within the FIP signage system; and
- to effect cost savings through standardization.

The FIP Standing Committee on Sign Development maintains and develops the design standards in accordance with the above objectives. Enquiries should be directed to that committee, c/o Administrative Policy Branch, Treasury Board Secretariat.

Shape, colour and classification

The system of symbols is based on the consistent use of geometric shapes and specific colours. These shape and colour codes permit users to distinguish between the six types of symbols. The shape, colour, function and subject area of each type are indicated in Table 7.

Objectifs
Le jeu de symboles du gouvernement tient compte des objectifs suivants:

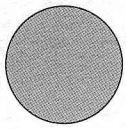
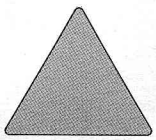
- fournir aux utilisateurs des installations gouvernementales des symboles graphiques uniformes, faciles à apprendre et à comprendre;
- faire en sorte que les symboles soient compatibles avec ceux mis au point par les organismes de normalisation nationaux et internationaux;
- assurer la plus grande uniformité visuelle possible dans le système de signalisation du PCIM; et
- réaliser des économies grâce à la normalisation.

Le Comité permanent du PCIM chargé de l'élaboration des panneaux établit et tient à jour les normes graphiques conformément aux objectifs susmentionnés. Les demandes de renseignements devraient être adressées à ce comité, a/s Direction de la politique administrative, Secrétariat du Conseil du Trésor.

Forme, couleur et classification

Le jeu de symboles se fonde sur l'utilisation uniforme de formes géométriques et de couleurs précises. Les codes de formes et de couleurs permettent aux utilisateurs de distinguer entre six types de symboles. La forme, la couleur, la fonction et la classification de chaque type de symbole figurent au tableau 7.

Table 7
Classification des symboles graphiques

Catégorie et forme géométrique	Type et couleur	Fonction du symbole	Classification de sujets
Réglementation 	1 **Interdiction** Rouge et noir sur blanc	Donne l'ordre de ne pas faire quelque chose.	**1.1** Accès **1.2** Activités
	2 **Obligation** Blanc sur noir	Donne l'ordre de faire quelque chose.	**2.1** Vêtements protecteurs
Avertissement 	3 **Mise en garde** Noir sur jaune	Avertit d'un risque.	**3.1** Dangers éventuels
	4 **Danger** Blanc sur rouge	Indique un danger réel.	**4.1** Dangers présents
Information	5 **Urgence** Blanc sur vert	Transmet des renseignements nécessaires en cas d'urgence.	**5.1** Matériel de lutte contre l'incendie **5.2** Premiers soins **5.3** Généralités
	6 **Orientation et information** (a) Blanc sur gris foncé; ou (b) Blanc sur bleu	Transmet des renseignements généraux.	**6.1** Services publics **6.2** Transports publics **6.4** Concessions **6.5** Loisirs **6.6** Généralités

Design standards

Design standards prescribe the shape, colour and image content of symbols. Other aspects, such as the size relationship of shapes, the proportion of the border, and the production sizes, have also been standardized.

Size relationship of shapes

A specific size relationship between the three shapes has been established (**Fig. 27**). It is based on the need to compensate for differences in the surface area and apparent size of the three shapes. The relationship is as follows:

- diameter of the circle, 80 units;
- base of the equilateral triangle, 100 units;
- height of the square, 75 units.

To establish a simple range of sizes for the symbols, all sizes have been based on the height of the square. Thus, the standard sizes are actual for any square symbol, but nominal for symbols using a circular or triangular shape.

Proportion of the border to the shape

To delineate the shape, all symbols are surrounded by a border 2 units wide. The relative proportion of the border to the shapes is as follows:

- 1:40 for the circle of 80 units measured on the diameter;
- 1:50 for the triangle of 100 units measured on the base;
- 1:38 for the square of 75 units measured on the height.

Normes graphiques

Les normes graphiques prescrivent la forme, la couleur et le contenu graphique des symboles. D'autres aspects, comme le rapport dimensionnel des formes, les dimensions de la bordure et la taille des symboles, ont également été normalisés.

Rapport dimensionnel des formes

Il existe entre les trois formes un rapport dimensionnel précis (**Fig. 27**) qui se fonde sur le besoin de compenser la différence entre leur surface et leur dimension apparente. Il a été établi de la façon suivante:

- diamètre du cercle, 80 unités;
- base du triangle équilatéral, 100 unités;
- hauteur du carré, 75 unités.

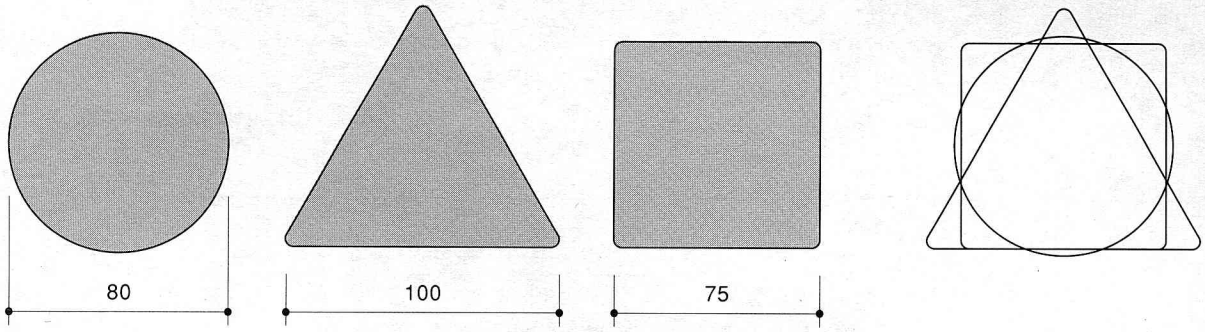
Pour établir une gamme de dimensions simple pour les symboles, toutes les dimensions sont fondées sur la hauteur du carré. Par conséquent, les dimensions standard sont réelles pour tous les symboles carrés mais nominales pour les symboles qui utilisent un cercle ou un triangle.

Dimension de la bordure par rapport à la forme

Les symboles sont entourés d'une bordure de 2 unités de large qui délimite la forme. La dimension de la bordure par rapport aux formes est la suivante:

- 1:40 pour le cercle de 80 unités mesurées sur le diamètre;
- 1:50 pour le triangle de 100 unités mesurées sur la base;
- 1:38 pour le carré de 75 unités mesurées sur la hauteur.

Fig. 27
Size relationship of shapes. Rapport dimensionnel des formes.



Standard sizes

A range of sizes has been established. **Table 8** indicates the viewing distance for each symbol size. It should be noted that the values are intended for general guidance only and do not represent a definitive distance/size relationship.

Legibility at a given viewing distance varies owing to differences in the colour, shape and image detail of the different types of symbols. The values shown in Table 8 are based on normal viewing conditions, which means adequate lighting and viewing angles that do not exceed 10 degrees.

Tailles standard

Diverses tailles permettent de répondre à tous les besoins. Le **tableau 8** indique les distances de lecture et la taille du symbole qui y correspond. Il est à noter que les valeurs sont données uniquement à titre indicatif et ne représentent pas un rapport taille/distance absolu.

La lisibilité des différents types de symboles par rapport à une distance de lecture donnée varie en fonction des différences de couleurs, de formes et du contenu graphique. Les valeurs indiquées au tableau 8 supposent des conditions d'éclairage satisfaisantes et un angle de vision ne dépassant pas 10 degrés.

Table 8
Viewing distance and symbol size

Tableau 8
Distance de lecture et dimension du symbole

Viewing distance / Distance de lecture	Symbol size / Dimension du symbole	Viewing distance / Distance de lecture	Symbol size / Dimension du symbole	Viewing distance / Distance de lecture	Symbol size / Dimension du symbole
3-6 m	40 mm	15-18 m	120 mm	36-48 m	320 mm
6-9 m	60 mm	18-24 m	160 mm	48-60 m	400 mm
9-12 m	80 mm	24-30 m	200 mm	60-72 m	480 mm
12-15 m	100 mm	30-36 m	240 mm	72-90 m	600 mm

Note: The symbol sizes are actual for any square symbol, but nominal for symbols using a circular or triangular shape.

Note: Les dimensions sont réelles pour les symboles carrés, mais nominales pour les symboles qui utilisent le cercle ou le triangle.

Regulatory symbols

The circle is used to convey regulatory messages; symbol types 1 and 2. See **Figure 28**.

Type 1, Prohibition

The prohibition symbol consists of a black image located on a white field, circumscribed by a red ring, and diagonally bisected at 45 degrees by a red slash. The red ring is surrounded by a white border.

The red slash is printed over the black image, and is oriented from top left to bottom right.

The ring and slash of the prohibition symbol have the following proportion to the outer diameter of 80 units:

- 7.5 unit wide ring, 1:10.7;
- 7 unit wide slash, 1:11.4.

Type 2, Mandatory

The mandatory symbol consists of a white image on a black disc, surrounded by a white border.

Warning symbols

The triangle is used to convey warnings; symbol types 3 and 4. See **Figure 29**.

Type 3, Caution

The caution symbol consists of a black image on a yellow equilateral triangle, surrounded by a black border.

Note: CSA standard Z69-1960 prescribes the colour of the image indicating ionizing radiation (symbol 3.1.5) as purple instead of black.

Type 4, Danger

The danger symbol consists of an equilateral triangle surmounting a rectangle of equal width. The triangle contains the image and the rectangle the word "Danger". The background colour is red. The image, the lettering, and the border surrounding the triangle and rectangle are white.

Symboles de réglementation

Le cercle sert à transmettre un message de réglementation; types 1 et 2. Voir la **figure 28**.

Type 1, Interdiction

Le symbole d'interdiction comprend une image noire sur une zone blanche entourée d'un anneau rouge et coupée par une barre rouge à 45 degrés. L'anneau rouge est entouré d'une bordure blanche.

La barre rouge est imprimée sur l'image noire. Elle va du sommet gauche au bas droit.

L'anneau et la barre du symbole d'interdiction ont la dimension suivante par rapport au diamètre extérieur de 80 unités:

- anneau de 7,5 unités de largeur, 1:10,7;
- barre de 7 unités de largeur, 1:11,4.

Type 2, Obligation

Le symbole d'obligation comprend une image blanche sur un disque noir entouré d'une bordure blanche.

Symboles d'avertissement

Le triangle sert à transmettre un message d'avertissement; types 3 et 4. Voir la **figure 29**.

Type 3, Mise en garde

Le symbole de mise en garde comprend une image noire posée sur un triangle équilatéral jaune entouré d'une bordure noire.

Note: La norme Z69-1960 de l'ACNOR précise que l'image indiquant une radiation ionisante (symbole 3.1.5) doit être violette au lieu de noire.

Type 4, Danger

Le symbole de danger comprend un triangle équilatéral surmontant un rectangle de largeur équivalente. L'image figure sur le triangle, tandis que le mot «Danger» s'inscrit dans le rectangle. Le fond est rouge tandis que l'image, les caractères ainsi que la bordure entourant le triangle et le rectangle sont blancs.

Information symbols

The square is used for emergency information, and for general guidance and information; symbol types 5 and 6. See **Figure 30**.

Type 5, Emergency

The emergency symbol consists of a white image on a green square, surrounded by a white border.

Type 6, Guidance and information

Depending on requirements, either a dark grey or a blue symbol is used **(Fig. 31)**. In general, the colours are applied as follows:

a The dark grey symbol is used for administrative areas where a neutral colour is appropriate. The specifications are: white image on a dark grey square, surrounded by a white border.

b The blue symbol is used for areas requiring a more conspicuous sign colour (public areas, industrial sites or facilities, parking areas). The specifications are: white image on a blue square, surrounded by a white border.

Symboles d'information

Le carré sert à transmettre un message d'urgence ou un message d'orientation et d'information; types 5 et 6. Voir la **figure 30**.

Type 5, Urgence

Le symbole d'urgence comprend une image blanche posée sur un carré vert entouré d'une bordure blanche.

Type 6, Orientation et information

Selon les besoins, on utilise un symbole gris foncé ou bleu **(Fig. 31)**. En règle générale, les couleurs sont utilisées pour les applications suivantes:

a Le symbole gris foncé est utilisé dans les zones administratives où une couleur neutre convient. Il comprend une image blanche sur un carré gris foncé entouré d'une bordure blanche.

b Le symbole bleu est utilisé dans les zones où une couleur plus évidente convient (lieux publics, sites ou installations industriels, aires de stationnement). Il comprend une image blanche sur un carré bleu entouré d'une bordure blanche.

Figures 28, 29, 30
Regulatory, warning and information signs. Panneaux de réglementation, d'avertissement et d'information.

Type 1 **Prohibition** Type 1 **Interdiction**

Type 2 **Mandatory** Type 2 **Obligation**

Type 3 **Caution** Type 3 **Mise en garde**

Type 4 **Danger** Type 4 **Danger**

Type 5 **Emergency** Type 5 **Urgence**

Type 6 **Guidance and information** Type 6 **Orientation et information**

Fig. 31
Use of colour for type 6 symbols. Emploi de la couleur pour les symboles de type 6.

Implementation of a sign system

The implementation of a sign system requires careful planning and coordination. General guidelines on the development and placement of signs are set out below.

Planning a system

When planning a sign system, the following questions should be asked (see also "Sign communications" in section 1.2):

- What are the user requirements (access, traffic patterns, principal destinations, safety and security)?
- What messages are needed to inform, to orient, to identify, to warn, or to regulate?
- Which signs are available as standard items? Consult section 4.3A.
- Is the wording of the sign messages clear and concise? Rephrasing can often lead to a more effective sign.
- What is the hierarchy or relative importance of the different messages?
- Is this hierarchy being conveyed to users? Important messages should stand out.
- Have the design criteria such as viewing distance, character size, sign dimensions and installation method been determined?

Siting of signs

The siting of a sign is as important as its design. A sign functions in the context of its surroundings and is perceived as being part of it. An incorrectly placed sign can make its message ambiguous, contradictory or incomprehensible.

The signing of a facility requires a siting plan, sign schedule and installation instructions. The siting of regulatory, warning or emergency signs should be done in consultation with the facility's safety or security officer.

The following points should be considered when selecting the most effective position for a sign (see also "Human factors" and "Environmental factors" in section 4.1):

- Signs should be placed in a uniform and consistent manner, giving users reference points at appropriate locations or decision points.
- Signs should be placed so that users have enough time to take appropriate action.
- In general, signs are more effective when displayed alone. When signs are grouped together, they should be placed in an appropriate order.
- When signs with distinct messages are grouped together, the use of adequate space between signs is important to avoid confusion.
- When signs with complementary messages are grouped together, they should be installed in a compact display. The inter-relationship of such messages is conveyed by placing signs adjacent to each other.
- Oversigning tends to reduce the effectiveness of important messages. The number of signs used in any one location should be kept to a minimum.

Mise en oeuvre d'un système de signalisation

La mise en oeuvre d'un système de signalisation exige une planification et une coordination certaines. Les principes généraux régissant l'élaboration et l'emplacement des panneaux figurent ci-après.

Planification d'un système

Au moment de planifier un système de signalisation, il faut se poser les questions suivantes (voir également «Panneaux de signalisation» à la section 1.2):

- Quels sont les besoins des utilisateurs (accès, direction de la circulation, destinations principales, sécurité)?
- Quels messages sont nécessaires pour informer, orienter, identifier, avertir ou réglementer?
- Quels panneaux sont normalisés? Consulter la section 4.3A.
- Le panneau transmet-il un message clair et bref? La reformulation contribue parfois à rendre un panneau plus efficace.
- Quel est l'ordre de priorité ou l'importance relative des différents messages?
- Cet ordre de priorité est-il transmis aux utilisateurs? Les messages importants devraient être mis en évidence.
- A-t-on déterminé les critères tels que la distance de lecture, le corps des caractères, les dimensions des panneaux et la méthode d'installation?

Emplacement des panneaux

L'emplacement d'un panneau est tout aussi important que son design. Un panneau est efficace s'il est bien placé et s'il s'intègre à son environnement. S'il est mal placé, son message risque d'être ambigu, contradictoire ou incompréhensible.

L'affichage de panneaux dans une installation nécessite l'établissement d'un plan des emplacements, d'un calendrier de signalisation et d'instructions relatives à l'installation. Il faudrait consulter l'agent de sécurité de l'installation au sujet de l'emplacement des panneaux de réglementation, d'avertissement ou d'urgence.

Pour choisir l'emplacement le plus efficace d'un panneau, il faut tenir compte des points suivants (voir également «Éléments humains» et «Éléments ambiants» à la section 4.1):

- L'emplacement des panneaux devrait être logique et uniforme afin d'offrir aux utilisateurs des points de repère aux endroits ou aux points de décision appropriés;
- Il faudrait placer les panneaux de manière à ce que l'utilisateur ait le temps de réagir;
- En règle générale, les panneaux isolés sont plus efficaces. Lorsqu'on doit grouper plusieurs panneaux, il faut les placer dans un ordre convenable;
- Lorsqu'on regroupe des panneaux présentant des messages distincts, il faudrait laisser un espace convenable entre les panneaux pour éviter toute confusion possible;
- Lorsqu'on regroupe des panneaux présentant des messages complémentaires, il faudrait montrer qu'ils sont reliés en ayant recours à un affichage compact;
- L'affichage excessif réduit l'efficacité des messages essentiels. Il faudrait s'en tenir au strict minimum de panneaux en un même lieu.

Compound sign messages

The term compound message refers to a sign consisting of different design elements: words, graphic symbols, and directional arrows. A sign layout incorporating such elements requires that a designer determines their sequence, relative position, and size relationship.

Generally, the different elements of a compound message should be incorporated into one sign layout. **Figure 32** shows a possible design solution and may serve as a basis for the layout of similar signs.

Use of modular signs

A compound message may also be conveyed by combining separate signs. The system of standard signs has been designed to permit the installation of individual signs (e.g. verbal message, graphic symbol, directional arrow) in a compact display. The examples indicate how the modular signs can be combined (**Fig. 33**).

Messages multiples

L'expression «messages multiples» s'applique aux panneaux qui comprennent des éléments graphiques différents: mots, symboles graphiques et flèches d'orientation. Avant de décider de la disposition définitive d'un tel panneau, on devrait demander l'avis d'un concepteur en ce qui concerne l'ordre, la position relative et le rapport dimensionnel des éléments.

En règle générale, les différents éléments d'un message multiple devraient être dans un seul panneau. La **figure 32** offre une solution graphique possible et peut servir de modèle à des panneaux semblables.

Utilisation de panneaux modulaires

On peut grouper des panneaux distincts pour transmettre un message multiple. Le système de panneaux normalisés a été conçu pour permettre l'emploi de panneaux différents (p. ex. message verbal, symbole graphique, flèche d'orientation) dans un affichage compact. Les exemples illustrent la façon de combiner les panneaux modulaires (**Fig. 33**).

Fig. 32
Layout for a sign conveying a compound message.

Disposition d'un panneau transmettant un message multiple.

Fig. 33
Typical displays using modular signs to convey a compound message.

Affichages typiques de panneaux modulaires servant à transmettre un message multiple.

Special requirements

Certain variations from the design standards and guidelines may be necessary when signs are intended for special environments such as a commercial zone in an office building. The Administrative Policy Branch of the Treasury Board Secretariat provides design advice and should be consulted when special needs must be assessed. The intent of the FIP signage system can often be met despite certain variations.

Leased facilities

Signs situated in a leased facility and owned by the lessor may refer to the federal institution that is a tenant. Not being government-owned, it follows that such signs would not be subject to FIP design standards.

Messages normally expressed by a graphic symbol

It is recognized that a verbal message rather than the graphic symbol can be more appropriate in certain cases. The decision on whether to use words or the graphic symbol should be based on the context in which a particular sign is to be applied. For example, either one of the signs shown in **Figure 34** could be appropriate in a given situation. Normally, such a choice applies only to type 6 symbols.

Sign colours

The FIP signage system is based on the consistent use of specific colours. Where special requirements call for non-standard colours, the Administrative Policy Branch of the Treasury Board Secretariat should be consulted.

Besoins spéciaux

Il faut parfois déroger aux normes graphiques et aux lignes directrices lorsqu'un panneau est conçu pour un lieu spécial comme une zone commerciale dans un immeuble à bureaux. Il faudrait consulter la Direction de la politique administrative du Secrétariat du Conseil du Trésor, qui fournit des conseils sur les normes graphiques, pour évaluer les besoins spéciaux. Il est souvent possible de respecter l'objet du système de signalisation du PCIM malgré certaines variations.

Locaux loués

Tout panneau situé dans une installation louée, et qui appartient au bailleur, peut se rapporter à une institution fédérale, le locataire. Puisque ce panneau n'est pas la propriété de l'État, il s'ensuit qu'il n'est pas assujetti aux normes graphiques du PCIM.

Messages normalement exprimés à l'aide d'un symbole graphique

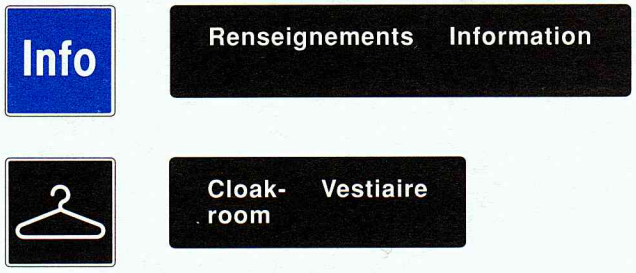
Il est reconnu que dans certains cas, il convient davantage de recourir à un message verbal plutôt qu'au symbole graphique. Le choix est fonction de la situation particulière. Par exemple, l'un ou l'autre des panneaux illustrés à la **figure 34** pourrait convenir dans une situation donnée. Un tel choix ne s'applique normalement que dans le cas des symboles de type 6.

Couleurs des panneaux

Le système de signalisation du PCIM est fondé sur l'emploi uniforme des couleurs spécifiques. Il faudrait consulter la Direction de la politique administrative du Secrétariat du Conseil du Trésor lorsqu'une situation spéciale nécessiterait de recourir à des couleurs non standard.

Fig. 34
Alternative means of conveying a message.

Choix dans la façon de transmettre un message.



Material requirements

Signage materials

A variety of materials is used for common-use and operational signs. Advice on the use of these materials is available from the Canadian Government Expositions and Audio-Visual Centre, Supply and Services Canada.

All common-use and operational signs must conform to CGSB 109-GP-5M, *Signage materials, Interior and Exterior*. Exterior signs fabricated from extruded aluminum blades must conform to CGSB 109.1M.

The directory board system described in this section has been adopted for government-wide use. Consisting of aluminum extrusions, the system is designed to be functional and flexible to meet the needs of users.

Standard colours

Shown below, are the standard colours referred to in this section. Their numbers refer to colours included in CGSB 1-GP-12, *Standard Paint Colours*. Where available, numbers for both semi-gloss and flat colours are given (e.g. 501-201 stands for FIP dark grey in semi-gloss, while 501-301 refers to the flat colour).

FIP dark grey: 501-201, 501-301

FIP light grey: 501-224

Red: 509-202, 509-302

Yellow: 505-210, 505-310

Green: 503-207

Blue: 502-204, 502-304

Black: 512-201, 512-301

White: 513-201, 513-301

Reproduction

When preparing films or other items needed for reproduction, the original artwork should be used. This applies to the flag symbol, the "Canada" wordmark, the signage typeface, the standard arrow, and the graphic symbols. The Administrative Policy Branch of the Treasury Board Secretariat keeps the original artwork and will provide it to federal institutions upon request.

Besoins en matériaux

Matériaux de signalisation

Divers matériaux entrent dans la production des panneaux d'usage courant et fonctionnels. On peut se renseigner sur leur utilisation en s'adressant au Centre des expositions et de l'audio-visuel du gouvernement canadien, Approvisionnements et Services Canada.

Les panneaux d'usage courant et fonctionnels doivent être conformes à la norme 109-GP-5M de l'ONGC intitulée *Matériaux de signalisation intérieure et extérieure*. Les panneaux extérieurs composés de profilés d'aluminium doivent se conformer à la norme 109.1M de l'ONGC.

Le gouvernement fédéral a adopté le système de tableaux répertoires décrit dans cette section pour toutes ses installations. Fabriqués de profilés d'aluminium, ces tableaux offrent un système fonctionnel et souple qui répond bien aux besoins des utilisateurs.

Couleurs standard

Les couleurs standard dont il a été fait mention dans cette section figurent ci-après. Les numéros renvoient aux couleurs indiquées dans la norme 1-GP-12 de l'ONGC, *Couleurs étalons des peintures*. S'ils sont connus, les numéros des couleurs semi-brillantes et mates sont indiqués (p. ex. le numéro 501-201 s'applique au gris foncé PCIM semi-brillant, et le numéro 501-301, au gris foncé mat).

Gris foncé PCIM: 501-201, 501-301

Gris pâle PCIM: 501-224

Rouge: 509-202, 509-302

Jaune: 505-210, 505-310

Vert: 503-207

Bleu: 502-204, 502-304

Noir: 512-201, 512-301

Blanc: 513-201, 513-301

Reproduction

Au moment de préparer les pellicules ou autre matériel nécessaires à la reproduction, il faudrait utiliser les maquettes originales. Ceci s'applique au symbole du drapeau, au mot-symbole «Canada», au caractère de signalisation, à la flèche standard et aux symboles graphiques. La Direction de la politique administrative du Secrétariat du Conseil du Trésor conserve les maquettes originales et les fournira aux institutions fédérales sur demande.

Enquiries

Each institution is responsible for implementing these standards and guidelines and has named an official (referred to as FIP Coordinator) to manage its corporate identity. Enquiries regarding the guidelines should be routed through the FIP Coordinator of the institution concerned.

Enquiries on all aspects of design, colour, and the use of the FIP signage typeface should be directed to the Administrative Policy Branch of Treasury Board Secretariat.

Enquiries with respect to the procurement of signs should be directed to the Canadian Government Expositions and Audio-Visual Centre, Supply and Services Canada.

Demandes de renseignements

Chaque institution est responsable de la mise en oeuvre de ces normes et lignes directrices, et a nommé un représentant (qui se nomme le coordonnateur du PCIM) pour gérer son image de marque. Les demandes de renseignements relatives à ces lignes directrices devraient être acheminées au coordonnateur du PCIM de l'institution concernée.

Les demandes de renseignements relatives à tous les aspects de la conception, de la couleur et de l'utilisation du caractère de signalisation du PCIM devraient être adressées à la Direction de la politique administrative du Secrétariat du Conseil du Trésor.

Les demandes de renseignements relatives à l'acquisition de panneaux devraient être adressées au Centre des expositions et de l'audio-visuel du gouvernement canadien, Approvisionnements et Services Canada.

Treasury Board of Canada
Secretariat

Conseil du Trésor du Canada
Secrétariat

Federal Identity
Program
Manual

Manuel du Programme
de coordination
de l'image de marque

Common-use and operational signs

Appendix A
Standard signs

March 1990

Panneaux d'usage courant et fonctionnels

Appendice A
Panneaux normalisés

Mars 1990

4.3A

Canada

Table of contents

Verbal messages 2

Index 2
Prohibition 4
Mandatory 5
Caution 6
Danger 6
Emergency 7
Guidance and information 7

Graphic symbols 10

Index 10
Prohibition 12
Mandatory 12
Caution 13
Danger 14
Emergency 15
Guidance and Information 16

Directional arrows 20

Table des matières

Communications verbales 2

Index 2
Interdiction 4
Obligation 5
Mise en garde 6
Danger 6
Urgence 7
Orientation et information 7

Symboles graphiques 10

Index 10
Interdiction 12
Obligation 12
Mise en garde 13
Danger 14
Urgence 15
Orientation et information 16

Flèches d'orientation 20

Note

Set out here are common-use and operational signs that have been standardized for government-wide use. This edition supersedes the January 1988 version.

For information on the use of these signs within the signage system, consult section 4.3 of the Federal Identity Program Manual. For information on procurement, consult the *Catalogue of Signs, Federal Identity Program*, issued by Supply and Services Canada.

Note

La présente expose les panneaux d'usage courant et fonctionnels qui ont été normalisés pour utilisation à l'échelle gouvernementale. Cette édition remplace celle de janvier 1988.

Pour de plus amples renseignements sur l'emploi des panneaux dans le cadre du système de signalisation, il suffit de consulter la section 4.3 du manuel du Programme de coordination de l'image de marque. Pour tous renseignements relatifs à l'acquisition, consulter le *Répertoire des panneaux, Programme de coordination de l'image de marque*, publié par Approvisionnements et Services Canada.

Verbal messages

Numbering system A numbering system is used to distinguish the different types of signs. For example, a number beginning with a 3 stands for a caution sign.

To indicate the order of the official languages on a given sign, the code letters E and F are used; numbers containing an E refer to English/French signs, and an F refers to French/English signs.

Index

1	**Prohibition**
1E.1.1	Do not enter
1E.1.2	No trespassing
1E.1.3	Authorized persons only
1E.1.4	Restricted Area, ...
1E.1.5	Operations Zone, ...
1E.1.6	Security Zone, ...
1E.1.7	High-security Zone, ...
1E.2.1	Food and beverages not permitted
1E.2.2	No smoking in elevators
1E.2.3	No smoking, except in ...
2	**Mandatory**
2E.1.1	Fire safety, keep door closed
2E.1.2	In case of fire, do not use elevators
2E.1.3	Do not open this door except in an emergency
2E.1.4	In case of fire, smoke, gas - Sound fire alarm ...
2E.1.5	In case of fire, smoke, gas - Alert the occupants ...
2E.1.6	Emergency exit - Press on bar for 3 seconds ...
2E.1.7	Emergency exit - Press on bar ...
3	**Caution**
3E.1.1	Caution! Open slowly
3E.1.2	Caution! Use handrail
3E.1.3	Watch your step
3E.1.4	Caution! Battery room
3E.1.5	Caution! Microwaves
4	**Danger**
4E.1.1	Danger! Keep clear
4E.1.2	Danger! Keep hands off
5	**Emergency**
5E.1.5	Emergency use only
5E.1.7	Emergency exit only

Communications verbales

Système de numérotation On recourt à un système de numérotation pour distinguer entre les divers types de panneaux. Par exemple, les numéros qui commencent par un 3 signifient « Mise en garde ».

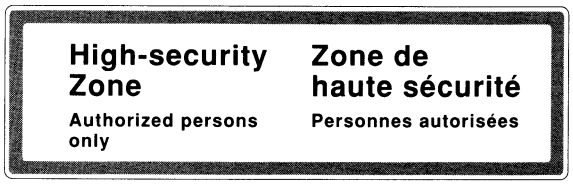
Pour indiquer l'ordre des langues officielles sur un panneau donné, on emploie les lettres E et F; les numéros comprenant la lettre E désignent les panneaux anglais/français alors que ceux comprenant la lettre F désignent les panneaux français/anglais.

Index

1	**Interdiction**
1F.1.1	Entrée interdite
1F.1.2	Passage interdit
1F.1.3	Personnes autorisées
1F.1.4	Zone à accès limité
1F.1.5	Zone de travail, ...
1F.1.6	Zone de sécurité, ...
1F.1.7	Zone de haute sécurité, ...
1F.2.1	Nourriture et boissons interdites
1F.2.2	Défense de fumer dans les ascenseurs
1F.2.3	Défense de fumer, sauf dans les endroits désignés à cette fin
2	**Obligation**
2F.1.1	Sécurité-incendie, garder la porte fermée
2F.1.2	En cas d'incendie, ne pas utiliser les ascenseurs
2F.1.3	N'ouvrir cette porte qu'en cas d'urgence
2F.1.4	En cas de feu, fumée, gaz - Actionner ...
2F.1.5	En cas de feu, fumée, gaz - Alerter ...
2F.1.6	Sortie de secours - Appuyer sur la barre pendant ...
2F.1.7	Sortie de secours - Appuyer sur la barre ...
3	**Mise en garde**
3F.1.1	Attention! Ouvrir avec soin
3F.1.2	Attention! Tenir la rampe
3F.1.3	Attention à la marche
3F.1.4	Attention! Salle d'accumulateurs
3F.1.5	Attention! Micro-ondes
4	**Danger**
4F.1.1	Danger! Ne pas s'approcher
4F.1.2	Danger! Attention à vos mains
5	**Urgence**
5F.1.5	Utiliser en cas d'urgence seulement
5F.1.7	Sortie de secours seulement

6	Guidance and information	6	Orientation et information
6E.1.1	Information	6F.1.1	Renseignements
6E.1.2	Reception	6F.1.2	Réception
6E.1.3	Electrical room	6F.1.3	Local électrique
6E.1.4	Waiting area	6F.1.4	Salle d'attente
6E.1.5	Conference room	6F.1.5	Salle de conférences
6E.1.6	Cloakroom	6F.1.6	Vestiaire
6E.1.7	Lockers	6F.1.7	Cases
6E.1.8	Photocopier	6F.1.8	Photocopieur
6E.1.9	Library	6F.1.9	Bibliothèque
6E.1.10	Records office	6F.1.10	Bureau des dossiers
6E.1.11	Mail room	6F.1.11	Salle du courrier
6E.1.12	Cafeteria	6F.1.12	Cafétéria
6E.1.13	Mechanical room	6F.1.13	Local technique
6E.1.14	Telephone equipment	6F.1.14	Équipement téléphonique
6E.1.15	Shipping	6F.1.15	Expédition
6E.1.16	Receiving	6F.1.16	Réception
6E.1.17	Shipping and receiving	6F.1.17	Expédition et réception
6E.1.18	Deliveries at read	6F.1.18	Livraison à l'arrière
6E.1.19	Storage	6F.1.19	Entreposage
6E.1.20	Janitor	6F.1.20	Concierge
6E.1.21	Hours of operation, 08:00-16:00	6F.1.21	Heures d'affaires, 08:00-16:00
6E.1.22	Hours of operation, 08:00-12:00, 13:00-16:00	6F.1.22	Heures d'affaires, 08:00-12:00, 13:00-16:00
6E.2.1	Entrance	6F.2.1	Entrée
6E.2.2	Exit	6F.2.2	Sortie
6E.2.3	Use other door	6F.2.3	Utiliser l'autre porte
6E.2.4	Use revolving door	6F.2.4	Utiliser la porte tournante
6E.2.5	Ring bell	6F.2.5	Sonner
6E.2.6	Closed	6F.2.6	Fermé
6E.2.7	Keep door closed	6F.2.7	Garder la porte fermée
6E.2.8	Do not disturb	6F.2.8	Ne pas déranger
6E.2.9	Meeting in progress	6F.2.9	Réunion en cours
6E.2.10	Out of order	6F.2.10	Défectueux
6E.2.11	Not in use	6F.2.11	Hors d'usage
6E.2.12	Opening this door will cause an alarm to sound	6F.2.12	L'ouverture de cette porte déclenchera une alarme
6E.2.13	Standpipe hose rack - Operating instructions ...	6F.2.13	Support de tuyau à colonne montante - Mode ...
6E.2.14	Please discard sanitary napkins ...	6F.2.14	Veuillez jeter les serviettes hygiéniques ...
6E.2.15	Fire alarm	6F.2.15	Avertisseur d'incendie
6E.2.16	Fire door	6F.2.16	Porte coupe-feu
6E.2.17	Fire escape	6F.2.17	Escalier de secours
6E.2.18	Evacuation point for disabled persons	6F.2.18	Point d'évacuation des personnes handicapées

Type 1 **Prohibition**



1E.1.1

Do not enter | Entrée interdite

1E.1.2

No trespassing | Passage interdit

1E.1.3

Authorized persons only | Personnes autorisées

1E.1.4

Restricted Area
Authorized persons only

Zone à accès limité
Personnes autorisées

1E.1.5

Operations Zone
Authorized persons only

Zone de travail
Personnes autorisées

1E.1.6

Security Zone
Authorized persons only

Zone de sécurité
Personnes autorisées

1E.1.7

High-security Zone
Authorized persons only

Zone de haute sécurité
Personnes autorisées

1E.2.1

Food and beverages not permitted | Nourriture et boissons interdites

1E.2.2

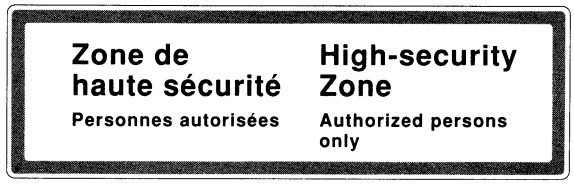
No smoking in elevators | Défense de fumer dans les ascenseurs

1E.2.3

No smoking
except in designated areas

Défense de fumer
sauf dans les endroits désignés à cette fin

Type 1 **Interdiction**



1F.1.1

Entrée interdite | Do not enter

1F1.2

Passage interdit | No trespassing

1F.1.3

Personnes autorisées | Authorized persons only

1F.1.4

Zone à accès limité
Personnes autorisées

Restricted Area
Authorized persons only

1F.1.5

Zone de travail
Personnes autorisées

Operations Zone
Authorized persons only

1F.1.6

Zone de sécurité
Personnes autorisées

Security Zone
Authorized persons only

1F.1.7

Zone de haute sécurité
Personnes autorisées

High-security Zone
Authorized persons only

1F.2.1

Nourriture et boissons interdites | Food and beverages not permitted

1F.2.2

Défense de fumer dans les ascenseurs | No smoking in elevators

1F.2.3

Défense de fumer
sauf dans les endroits désignés à cette fin

No smoking
except in designated areas

Type 2 **Mandatory**

2E.1.1

Fire safety	**Sécurité-incendie**
Keep door closed	Garder la porte fermée

2E.1.2

In case of fire	**En cas d'incendie**
Do not use elevators	Ne pas utiliser les ascenseurs

2E.1.3

Do not open this door except in an emergency	N'ouvrir cette porte qu'en cas d'urgence

2E.1.4

In case of fire, smoke, gas	**En cas de feu, fumée, gaz**
– Sound fire alarm	– Actionner l'avertisseur
– Evacuate	– Évacuer les lieux
– Phone Fire Department	– Téléphoner au service des incendies

2E.1.5

In case of fire, smoke, gas	**En cas de feu, fumée, gaz**
– Alert the occupants	– Alerter les occupants
– Evacuate	– Évacuer les lieux
– Phone Fire Department	– Téléphoner au service des incendies

2E.1.6

Emergency exit	**Sortie de secours**
Press on bar for 3 seconds Door lock will release in 15 seconds	Appuyer sur la barre pendant 3 secondes Le dispositif de verrouillage se déclenchera dans 15 secondes

2E.1.7

Emergency exit	**Sortie de secours**
Press on bar Door lock will release in 15 seconds	Appuyer sur la barre Le dispositif de verrouillage se déclenchera dans 15 secondes

Type 2 **Obligation**

2F.1.1

Sécurité-incendie	**Fire safety**
Garder la porte fermée	Keep door closed

2F.1.2

En cas d'incendie	**In case of fire**
Ne pas utiliser les ascenseurs	Do not use elevators

2F.1.3

N'ouvrir cette porte qu'en cas d'urgence	Do not open this door except in an emergency

2F.1.4

En cas de feu, fumée, gaz	**In case of fire, smoke, gas**
– Actionner l'avertisseur	– Sound fire alarm
– Évacuer les lieux	– Evacuate
– Téléphoner au service des incendies	– Phone Fire Department

2F.1.5

En cas de feu, fumée, gaz	**In case of fire, smoke, gas**
– Alerter les occupants	– Alert the occupants
– Évacuer les lieux	– Evacuate
– Téléphoner au service des incendies	– Phone Fire Department

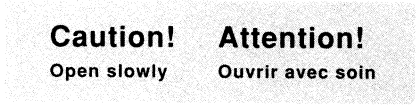
2F.1.6

Sortie de secours	**Emergency exit**
Appuyer sur la barre pendant 3 secondes Le dispositif de verrouillage se déclenchera dans 15 secondes	Press on bar for 3 seconds Door lock will release in 15 seconds

2F.1.7

Sortie de secours	**Emergency exit**
Appuyer sur la barre Le dispositif de verrouillage se déclenchera dans 15 secondes	Press on bar Door lock will release in 15 seconds

Type 3 **Caution**



3E.1.1

Caution!	**Attention!**
Open slowly	Ouvrir avec soin

3E.1.2

Caution!	**Attention!**
Use handrail	Tenir la rampe

3E.1.3

Watch your step	Attention à la marche

3E.1.4

Caution!	**Attention!**
Battery room	Salle d'accumulateurs

3E.1.5

Caution!	**Attention!**
Microwaves (Note 1)	Micro-ondes

Type 3 **Mise en garde**

3F.1.1

Attention!	**Caution!**
Ouvrir avec soin	Open slowly

3F.1.2

Attention!	**Caution!**
Tenir la rampe	Use handrail

3F.1.3

Attention à la marche	Watch your step

3F.1.4

Attention!	**Caution!**
Salle d'accumulateurs	Battery room

3F.1.5

Attention!	**Caution!**
Micro-ondes (Note 1)	Microwaves

Type 4 **Danger**

4E.1.1

Danger!	**Danger!**
Keep clear	Ne pas s'approcher

4E.1.2

Danger!	**Danger!**
Keep hands off	Attention à vos mains

Type 4 **Danger**

4F.1.1

Danger!	**Danger!**
Ne pas s'approcher	Keep clear

4F.1.2

Danger!	**Danger!**
Attention à vos mains	Keep hands off

Note 1 This message is intended for persons using heart pacemakers.

Note 1 Communication à l'intention des personnes qui portent un stimulateur cardiaque.

Type 5 **Emergency**

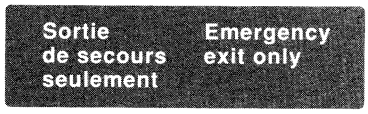
5E.1.5

Emergency use only — Utiliser en cas d'urgence seulement

5E.1.7

Emergency exit only — Sortie de secours seulement

Type 5 **Urgence**



5F.1.5

Utiliser en cas d'urgence seulement — Emergency use only

5F.1.7

Sortie de secours seulement — Emergency exit only

Type 6 **Guidance and Information**

6E.1.1

Information — Renseignements

6E.1.2

Reception — Réception

6E.1.3

Electrical room — Local électrique

6E.1.4

Waiting area — Salle d'attente

6E.1.5

Conference room — Salle de conférences

6E.1.6

Cloakroom — Vestiaire

6E.1.7

Lockers — Cases

6E.1.8

Photocopier — Photocopieur

6E.1.9

Library — Bibliothèque

6E.1.10

Records office — Bureau des dossiers

Type 6 **Orientation et information**

6F.1.1

Renseignements — Information

6F.1.2

Réception — Reception

6F.1.3

Local électrique — Electrical room

6F.1.4

Salle d'attente — Waiting area

6F.1.5

Salle de conférences — Conference room

6F.1.6

Vestiaire — Cloakroom

6F.1.7

Cases — Lockers

6F.1.8

Photocopieur — Photocopier

6F.1.9

Bibliothèque — Library

6F.1.10

Bureau des dossiers — Records office

6E.1.11
Mail room

6F.1.11
Salle du courrier

6E.1.12
Cafeteria

6F.1.12
Cafétéria

6E.1.13
Mechanical room

6F.1.13
Local technique

6E.1.14
Telephone equipment

6F.1.14
Équipement téléphonique

6E.1.15
Shipping

6F.1.15
Expédition

6E.1.16
Receiving

6F.1.16
Réception

6E.1.17
Shipping and receiving

6F.1.17
Expédition et réception

6E.1.18
Deliveries at rear

6F.1.18
Livraison à l'arrière

6E.1.19
Storage

6F.1.19
Entreposage

6E.1.20
Janitor

6F.1.20
Concierge

6E.1.21
Hours of operation

08:00 – 16:00

6F.1.21
Heures d'affaires

08:00 – 16:00

6E.1.22
Hours of operation

08:00 – 12:00
13:00 – 16:30

6F.1.22
Heures d'affaires

08:00 – 12:00
13:00 – 16:30

6E.2.1
Entrance

6F.2.1
Entrée

6E.2.2
Exit

6F.2.2
Sortie

6E.2.3 (Note 2)
Use other door

6F.2.3 (Note 2)
Utiliser l'autre porte

6E.2.4
Use revolving door

6F.2.4
Utiliser la porte tournante

Note 2 This message should be used in conjunction with a directional arrow.

Note 2 À utiliser seulement avec une flèche d'orientation.

6E.2.5

Ring bell Sonner

6E.2.6

Closed Fermé

6E.2.7

Keep door closed Garder la porte fermée

6E.2.8 (Note 3)

Do not disturb Ne pas déranger

6E.2.9 (Note 3)

Meeting in progress Réunion en cours

6E.2.10 (Note 3)

Out of order Défectueux

6E.2.11 (Note 3)

Not in use Hors d'usage

6E.2.12

Opening this door will cause an alarm to sound L'ouverture de cette port déclenchera une alarme

6E.2.13

Standpipe hose rack **Support de tuyau à colonne montante**

Operating instructions ... Mode d'emploi ...

6E.2.14

Please discard sanitary napkins and tampons in container provided for this purpose and not in toilet bowl Veuillez jeter les serviettes hygiéniques ainsi que les tampons dans le récipient prévu à cette fin et non dans la cuvette

6E.2.15

Fire alarm Avertisseur d'incendie

6E.2.16

Fire door Porte coupe-feu

6E.2.17

Fire escape Escalier de secours

6E.2.18

Evacuation point for disabled persons Point d'évacuation des personnes handicapées

6F.2.5

Sonner Ring bell

6F.2.6

Fermé Closed

6F.2.7

Garder la porte fermée Keep door closed

6F.2.8 (Note 3)

Ne pas déranger Do not disturb

6F.2.9 (Note 3)

Réunion en cours Meeting in progress

6F.2.10 (Note 3)

Défectueux Out of order

6F.2.11 (Note 3)

Hors d'usage Not in use

6F.2.12

L'ouverture de cette porte déclenchera une alarme Opening this door will cause an alarm to sound

6F.2.13

Support de tuyau à colonne montante **Standpipe hose rack**

Mode d'emploi ... Operating instructions ...

6F.2.14

Veuillez jeter les serviettes hygiéniques ainsi que les tampons dans le récipient prévu à cette fin et non dans la cuvette Please discard sanitary napkins and tampons in container provided for this purpose and not in toilet bowl

6F.2.15

Avertisseur d'incendie Fire Alarm

6F.2.16

Porte coupe-feu Fire Door

6F.2.17

Escalier de secours Fire escape

6F.2.18

Point d'évacuation des personnes handicapées Evacuation point for disabled persons

Note 3 This message is intended for temporary use only.

Note 3 À utiliser seulement temporairement.

Graphic symbols

Set out here are the symbols adopted to date. Each symbol is identified by its number and the referent, i.e. what the symbol stands for; also described is the function of the symbol.

Numbering system A numbering system is used to distinguish the different types of symbols. The first digit stands for the type of symbol, the second refers to the sub-group, and the last digit identifies a particular symbol.

"a" and "b" versions of certain symbols A number followed by the letters "a, b" indicates the existence of two versions. The "a" version of the symbol faces right, and the "b" version is reversed, facing left.

The two versions are provided to avoid conflict of directionality when the symbol is used in conjunction with an arrow. The direction inherent in the image of the symbol must be the same as that of the arrow.

Only the "a" versions are shown in this appendix.

Index

1	**Prohibition**
	Access
1.1.1	Buses prohibited
1.1.2	Dogs prohibited
	Activities
1.2.1	Smoking prohibited
1.2.2	Parking prohibited
1.2.3	Camping prohibited
1.2.4	Picnics prohibited
2	**Mandatory**
	Protective apparel
2.1.1	Head protection must be worn
2.1.2	Eye protection must be worn
2.1.3	Hearing protection must be worn
2.1.4	Hand protection must be worn
2.1.5	Foot protection must be worn
2.1.6	Breathing protection must be worn
3	**Caution**
	Potential hazards
3.1.1	Caution, safety lane
3.1.2	Caution, slippery floor
3.1.3	Caution, overhead crane
3.1.4	Caution, be alert!
3.1.5	Caution, presence of ionizing radiation
4	**Danger**
	Definite hazards
4.1.1	Danger, flammable
4.1.2	Danger, electrical hazard
4.1.3	Danger, poison
4.1.4	Danger, explosion hazard
4.1.5	Danger, chemical burn
4.1.6	Danger, presence of etiologic agents

Symboles graphiques

Énoncés ici sont les symboles qui ont été adoptés jusqu'à date. Chaque symbole est désigné à l'aide d'un numéro et d'un référent, c.-à-d. ce que signifie le symbole; aussi décrit est la fonction du symbole.

Système de numérotation On recourt à un système de numérotation pour distinguer entre les divers types de symboles. Le premier chiffre indique le type, le deuxième chiffre indique le sous-groupe et le dernier chiffre correspond à un symbole particulier.

Versions « a » et « b » de certains symboles Un numéro suivi des lettres « a,b » signifie qu'il existe deux versions différentes du même symbole. Dans la version « a », le symbole est orienté vers la droite tandis que dans la version « b » il est inversé, donc orienté vers la gauche.

Les deux versions permettent d'éviter les conflits de direction lorsque le symbole est accompagné d'une flèche. Les éléments graphiques doivent aller dans le même sens que la flèche.

Dans cet appendice, seules les versions « a » sont indiquées.

Index

1	**Interdiction**
	Accès
1.1.1	Interdit aux autobus
1.1.2	Interdit aux chiens
	Activitiés
1.2.1	Défense de fumer
1.2.2	Stationnement interdit
1.2.3	Camping interdit
1.2.4	Pique-nique interdit
2	**Obligation**
	Vêtements protecteurs
2.1.1	Port obligatoire d'un casque protecteur
2.1.2	Port obligatoire de lunettes protectrices
2.1.3	Port obligatoire d'un serre-tête antibruit
2.1.4	Port obligatoire de gants protecteurs
2.1.5	Port obligatoire de chaussures protectrices
2.1.6	Port obligatoire d'un masque respiratoire
3	**Mise en garde**
	Risques
3.1.1	Attention, passage de sécurité
3.1.2	Attention, plancher glissant
3.1.3	Attention, pont roulant
3.1.4	Attention!
3.1.5	Attention, présence de radiations ionisantes
4	**Danger**
	Danger réel
4.1.1	Danger, matière inflammables
4.1.2	Danger, ligne sous tension
4.1.3	Danger, poison
4.1.4	Danger, risque d'explosion
4.1.5	Danger, brûlure chimique
4.1.6	Danger, présence d'agent étiologiques

5	Emergency	5	Urgence
	Fire-fighting equipment		**Matériel de lutte contre l'incendie**
5.1.1	Fire extinguisher	5.1.1	Extincteur
5.1.2	Fire hose	5.1.2	Tuyau d'incendie
5.1.3	Fire axe	5.1.3	Hache d'incendie
	First aid		**Premiers soins**
5.2.1a,b	First aid	5.2.1a,b	Premiers soins
5.2.2	Stretcher	5.2.2	Civière
5.2.3	Emergency shower	5.2.3	Douche d'urgence
5.2.4	Emergency eyewash	5.2.4	Douche oculaire
	General		**Généralités**
5.3.1	Emergency telephone	5.3.1	Téléphone de secours
6	**Guidance and information**	**6**	**Orientation et information**
	Public services		**Services publics**
6.1.1	Toilet for men	6.1.1	Toilette pour hommes
6.1.2	Toilet for women	6.1.2	Toilette pour femmes
6.1.3	Toilet for men and women	6.1.3	Toilette pour hommes et femmes
6.1.4a,b	Access for the physically handicapped	6.1.4a,b	Accès pour les handicapés physiques
6.1.6	Police	6.1.6	Police
6.1.7a,b	Bus	6.1.7a,b	Autobus
6.1.8a,b	Car	6.1.8a,b	Voiture
6.1.9	Telephone	6.1.9	Téléphone
6.1.10	Parking	6.1.10	Stationnement
6.1.11	Elevator for people	6.1.11	Ascenseur
6.1.12	Elevator for freight	6.1.12	Monte-charge
6.1.13a,b	Stairs, up	6.1.13a,b	Escalier montant
6.1.14a,b	Stairs, down	6.1.14a,b	Escalier descendant
6.1.15	Stairs	6.1.15	Escalier
6.1.16	Escalator	6.1.16	Escalier mécanique
6.1.17a,b	Escalator, up	6.1.17a,b	Escalier mécanique montant
6.1.18a,b	Escalator, down	6.1.18a,b	Escalier mécanique descendant
6.1.19	Postal facilities	6.1.19	Installations postales
6.1.20	Currency exchange	6.1.20	Change
6.1.21	Cloakroom	6.1.21	Vestiaire
6.1.22	Waste disposal	6.1.22	Élimination des déchets
6.1.23	Shower	6.1.23	Douche
6.1.24	Baggage, general	6.1.24	Bagages, général
6.1.25	Baggage locker	6.1.25	Armoire de sûreté pour bagages
6.1.26	Baggage cart	6.1.26	Charrette pour bagages
6.1.27a,b	Truck	6.1.27a,b	Camion
6.1.28	Access for the hearing impaired	6.1.28	Accès, déficience auditive
6.1.29	Drinking fountain	6.1.29	Fontaine, eau potable
6.1.30	Information	6.1.30	Renseignements
6.1.31	Services in both official languages, English/Français	6.1.31	Services dans les deux langues officielles, English/Français
6.1.32	Services in both official languages, Français/English	6.1.32	Services dans les deux langues officielles, Français/English
	Public transportation		**Transports publics**
6.2.1	Bus transportation	6.2.1	Transport par autobus
6.2.2	Taxi transportation	6.2.2	Transport par taxi
6.2.3	Bus and taxi transportation	6.2.3	Transport par autobus et par taxi
6.2.4	Air transportation	6.2.4	Transport par avion
6.2.5a,b	Helicopter transportation	6.2.5a,b	Transport par hélicoptère
	Concessions		**Concessions**
6.4.1	Coffee shop	6.4.1	Casse-croûte
6.4.2	Restaurant	6.4.2	Restaurant
6.4.3	Car rental	6.4.3	Location de voitures
6.4.4	Gasoline station	6.4.4	Poste d'essence
	Recreation		**Loisirs**
6.5.1	Camping area	6.5.1	Terrain de camping
6.5.2	Picnic area	6.5.2	Terrain de pique-nique
	General		**Généralités**
6.6.3	Smoking permitted	6.6.3	Permission de fumer

Type 1 **Prohibition**

Type 1 **Interdiction**

1.1.1
Buses prohibited
To indicate an area where buses are prohibited.

Interdit aux autobus
Indique un endroit interdit aux autobus.

1.1.2
Dogs prohibited
To indicate an area where dogs are prohibited.

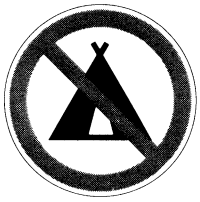
Interdit aux chiens
Indique un endroit interdit aux chiens.

1.2.1
Smoking prohibited
To indicate an area where smoking is prohibited.

Défense de fumer
Indique un endroit où il est interdit de fumer.

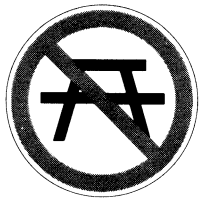
1.2.2
Parking prohibited
To indicate an area where parking is prohibited.

Stationnement interdit
Indique un endroit où le stationnement est interdit.



1.2.3
Camping prohibited
To indicate an area where camping is prohibited.

Camping interdit
Indique un endroit où le camping est interdit.



1.2.4
Picnics prohibited
To indicate an area where picnics are prohibited.

Pique-nique interdit
Indique un endroit où les pique-niques sont interdits.

Type 2 **Mandatory**

Type 2 **Obligation**

2.1.1
Head protection must be worn
To indicate an area where the wearing of head protection is mandatory.

Port obligatoire d'un casque protecteur
Indique un endroit où le port du casque protecteur est obligatoire.

2.1.2
Eye protection must be worn.
To indicate an area where the wearing of eye protection is mandatory.

Port obligatoire de lunettes protectrices
Indique un endroit où le port de lunettes protectrices est obligatoire.

2.1.3
Hearing protection must be worn
To indicate an area where the wearing of hearing protection is mandatory.

Port obligatoire d'un serre-tête antibruit
Indique un endroit où le port d'un serre-tête antibruit est obligatoire.

2.1.4
Hand protection must be worn
To indicate an area where the wearing of hand protection is mandatory.

Port obligatoire de gants protecteurs
Indique un endroit où le port de gants protecteurs est obligatoire.

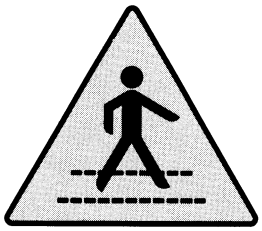
2.1.5
Foot protection must be worn
To indicate an area where the wearing of foot protection is mandatory.

Port obligatoire de chaussures protectrices
Indique un endroit où le port de chaussures protectrices est obligatoire.

2.1.6
Breathing protection must be worn
To indicate an area where the wearing of breathing protection is mandatory.

Port obligatoire d'un masque respiratoire
Indique un endroit où le port d'un masque respiratoire est obligatoire.

Type 3 **Caution**

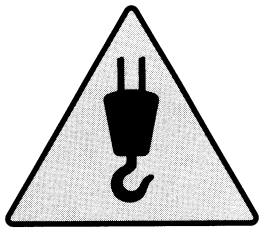


3.1.1
Caution, safety lane
To indicate the location of a safety lane.

Attention, passage de sécurité
Indique l'existence d'un passage de sécurité.

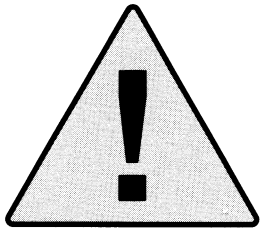
3.1.2
Caution, slippery floor
To indicate the presence of slippery floor conditions.
(Note 1)

Attention, plancher glissant
Indique l'existence de conditions rendant le plancher glissant.
(Note 1)



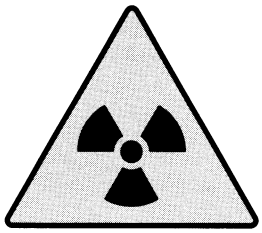
3.1.3
Caution, overhead crane
To indicate the presence of an overhead crane.

Attention, pont roulant
Indique la présence d'un pont roulant.



3.1.4
Caution, be alert!
To indicate the presence of a potential hazard due to a temporary condition.
(Note 2)

Attention!
Indique la présence d'un risque en raison d'une situation provisoire.
(Note 2)



3.1.5
Caution, presence of ionizing radiation
To indicate the actual or potential presence of ionizing radiation and to identify objects, devices, materials, or combinations of materials which emit ionizing radiation.
(Note 3)

Attention, présence de radiations ionisantes
Indique la présence de radiations ionisantes réelles ou éventuelles et désigne les objets, les dispositifs, les matériaux ou les combinaisons de matériaux qui émettent des radiations ionisantes.
(Note 3)

Type 3 **Mise en garde**

Note 1 This sign is intended for temporary use and shall only be displayed while the slippery condition exists.

Note 2 This sign shall only be used temporarily while the hazardous condition exists.

Note 3 For further details refer to CSA Standard Z69-1960, Specification for a radiation symbol.

Note 1 Ce panneau n'est destiné qu'à un usage provisoire et ne doit être affiché que lorsque les conditions de plancher glissant existent.

Note 2 Ce panneau ne doit être employé que provisoirement pendant que dure la situation de risque.

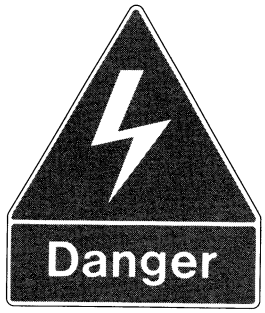
Note 3 Pour plus de renseignements à l'égard de ce symbole, consulter la norme Z69-1960, Specification for a Radiation Symbol, de l'ACNOR.

Type 4 **Danger**

4.1.1
Danger, flammable
To indicate the presence of a flammable substance.

Danger, matières inflammables
Indique la présence de matières inflammables.

Type 4 **Danger**



4.1.2
Danger, electrical hazard
To indicate the presence of electric current which may be a definite hazard.

Danger, ligne sous tension
Indique la présence d'une ligne sous tension qui constitue un danger réel.

4.1.3
Danger, poison
To indicate the presence of a poisonous substance.

Danger, poison
Indique la présence d'un poison.

4.1.4
Danger, explosion hazard
To indicate the presence of an explosive substance.

Danger, risque d'explosion
Indique la présence d'une substance explosive.

4.1.5
Danger, chemical burn
To indicate the presence of a highly corrosive chemical.

Danger, brûlure chimique
Indique la présence de produits chimiques très corrosifs.

4.1.6
Danger, presence of etiologic agents
To indicate the presence of such viable pathogenic micro-organisms as viruses, bacteria, fungi and molds; commonly referred to as etiologic agents.
(Note 4)

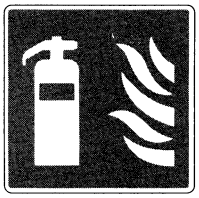
Danger, présence d'agents étiologiques
Indique la présence de micro-organismes pathogènes viables comme les virus, les bactéries, les fongus et les moisissures, couramment appelés agents étiologiques.
(Note 4)

Note 4 This symbol is used to identify laboratories and storage areas where etiologic agents are kept. Users of this symbol are cautioned that it is not generally understood by the public. In situations where the symbol is used in a public space, additional hazard information must be provided to ensure public safety. In lieu of the term "etiologic agent", the message may refer to "infectious substance" which is considered to be more easily understood.

Note 4 Ce symbole sert à identifier les laboratoires et les endroits où sont entreposés ou conservés des agents étiologiques. Ce symbole n'est généralement pas compris du public. Lorsqu'il est utilisé dans un endroit public, il faut fournir des renseignements supplémentaires sur les dangers que représentent de tels agents afin d'assurer la sécurité du public. Au lieu de l'expression «agent étiologique», on devrait indiquer «substance infectieuse», message qui est plus facile à comprendre.

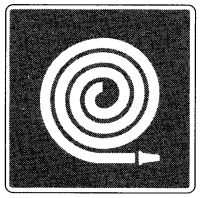
Type 5 **Emergency**

Type 5 **Urgence**



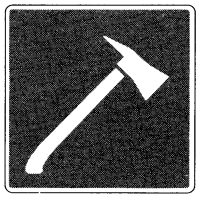
5.1.1
Fire extinguisher
To indicate the location of a fire extinguisher.

Extincteur
Indique l'endroit où est situé un extincteur.



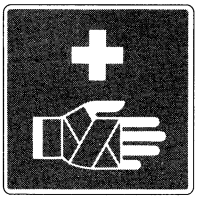
5.1.2
Fire hose
To indicate the location of a fire hose.

Tuyau d'incendie
Indique l'endroit où est situé un tuyau d'incendie.



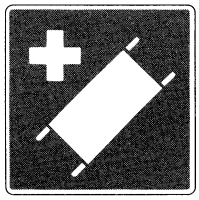
5.1.3
Fire axe
To indicate the location of a fire axe.

Hache d'incendie
Indique l'endroit où est située une hache d'incendie.



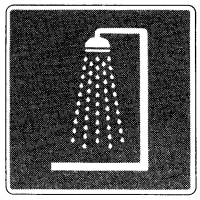
5.2.1 a,b
First aid
To indicate the location of a facility providing first aid, e.g. a first aid kit or a first aid station.

Premiers soins
Indique où l'on peut obtenir des premiers soins, par ex., une trousse de secours ou un poste de premiers soins.



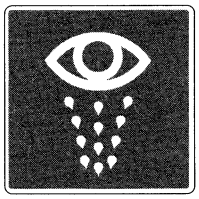
5.2.2
Stretcher
To indicate the location of a stretcher.

Civière
Indique l'endroit où est située une civière.



5.2.3
Emergency shower
To indicate the location of an emergency shower.

Douche d'urgence
Indique l'endroit où l'on peut prendre une douche en cas d'urgence.



5.2.4
Emergency eyewash
To indicate the location of an emergency eyewash facility.

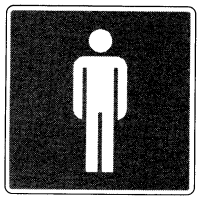
Douche oculaire
Indique un endroit où l'on peut prendre une douche oculaire en cas d'urgence.

5.3.1
Emergency telephone
To indicate the location of an emergency telephone.

Téléphone de secours
Indique l'endroit où est situé un téléphone de secours.

Type 6 **Guidance and Information**

Type 6 **Orientation et information**



6.1.1
Toilet for men
To indicate a toilet facility which is intended for men only.

Toilette pour hommes
Indique l'endroit d'une salle de toilette réservée uniquement aux hommes.

6.1.2
Toilet for women
To indicate a toilet facility which is intended for women only.

Toilette pour femmes
Indique l'endroit d'une salle de toilette réservée uniquement aux femmes.

6.1.3
Toilet for men and women
To indicate a toilet facility which is intended for men and women. This symbol may also serve as an advance sign to indicate the location of separate facilities.

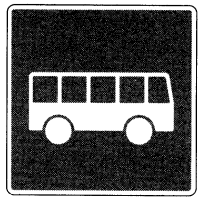
Toilette pour hommes et femmes
Indique une salle de toilette pour hommes et femmes. Ce symbole sert aussi de signe précurseur pour indiquer l'endroit où sont situées les salles distinctes.

6.1.4 a,b
Access for the physically handicapped
To indicate a facility accessible to, usable by, or intended for persons whose mobility is restricted by a physical handicap.

Accès pour les handicapés physiques
Sert à désigner une installation soit réservée ou accessible aux handicapés physiques dont la mobilité est restreinte, soit utilisable par eux.

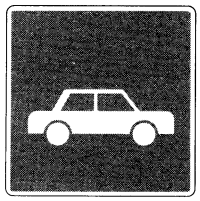
6.1.6
Police
To indicate the location of a police force or security staff.

Police
Indique l'endroit où est situé le poste de la police ou du personnel de sécurité.



6.1.7 a,b
Bus
To indicate a facility specifically designed or intended for buses.

Autobus
Indique une installation conçue spécialement pour les autobus.

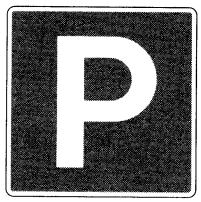


6.1.8 a,b
Car
To indicate a facility specifically designed or intended for cars.

Voiture
Indique une installation conçue spécialement pour les voitures.

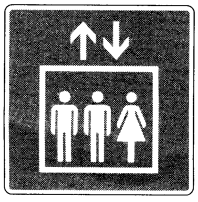
6.1.9
Telephone
To indicate the location of a public telephone.

Téléphone
Indique l'endroit où est située un téléphone public.



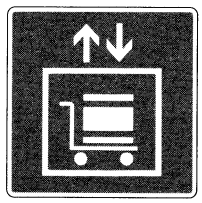
6.1.10
Parking
To indicate an area where vehicles may be parked.

Stationnement
Indique un endroit où l'on peut stationner des véhicules.



6.1.11
Elevator for people
To indicate the location of an elevator for people.

Ascenseur
Indique l'endroit où est situé un ascenseur réservé aux personnes.



6.1.12
Elevator for freight
To indicate the location of an elevator for freight.

Monte-charge
Indique l'endroit où est situé un monte-charge.

6.1.13 a,b
Stairs, up
To indicate the location of stairs which lead to an upper level.

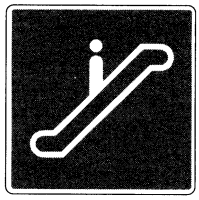
Escalier montant
Indique l'endroit où est situé un escalier qui mène vers un étage supérieur.

6.1.14 a,b
Stairs, down
To indicate the location of stairs which lead to a lower level.

Escalier descendant
Indique l'endroit où est situé un escalier qui mène vers un étage inférieur.

6.1.15
Stairs
To indicate the location of stairs.

Escalier
Indique où est situé l'escalier.

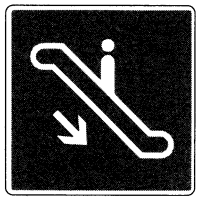


6.1.16
Escalator
To indicate the location of escalators which provide transportation to an upper or lower level. (Note 5)

Escalier mécanique
Indique l'endroit où est situé un escalier mécanique qui sert à assurer le transport vers un étage supérieur ou inférieur. (Note 5)

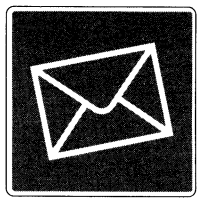
6.1.17 a,b
Escalator, up
To indicate the location of an escalator which provides transportation to an upper level.

Escalier mécanique montant
Indique l'endroit où est situé un escalier mécanique qui sert à assurer le transport vers un étage supérieur.



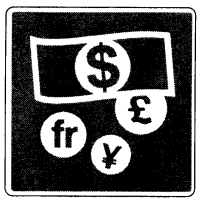
6.1.18 a,b
Escalator, down
To indicate the location of an escalator which provides transportation to a lower level.

Escalier mécanique descendant
Indique l'endroit où est situé un escalier mécanique qui sert à assurer le transport vers un étage inférieur.



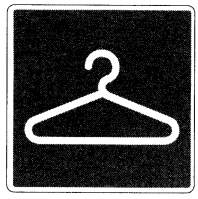
6.1.19
Postal facilities
To indicate the location of a facility which provides postal service, i.e. any type of facility from a post office to a mail box.

Installations postales
Indique où sont situées les installations postales, c'est-à-dire n'importe quel type d'installation allant d'un bureau de poste à une boîte postale.



6.1.20
Currency exchange
To indicate the location of a facility where currency may be exchanged.

Change
Indique où est située l'installation de change.

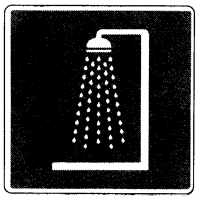


6.1.21
Cloakroom
To indicate the location where clothing may be kept.

Vestiaire
Indique l'endroit où l'on peut placer les vêtements.

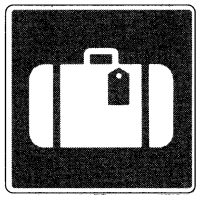
6.1.22
Waste disposal
To indicate the location of a receptacle for the disposal of waste.

Élimination des déchets
Indique où est situé un récipient à déchets.



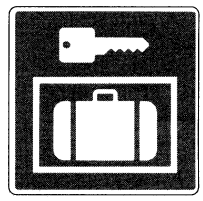
6.1.23
Shower
To indicate the location of a shower.

Douche
Indique l'endroit où l'on peut prendre une douche.



6.1.24
Baggage, general
To indicate the location of baggage-related functions.

Bagages, général
Indique où sont situées les fonctions concernant les bagages.

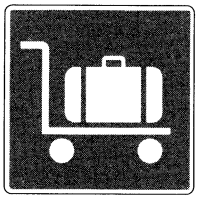


6.1.25
Baggage locker
To indicate the location where lockable space for baggage is for rent.

Armoire de sûreté-bagages
Indique où sont situées les armoires de sûreté pour les bagages à louer.

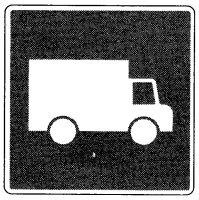
Note 5 This symbol serves as an advance sign where indication of direction (up or down) is not required, or to indicate the location of an escalator whose direction is altered depending on peak demand of traffic flow.

Note 5 Ce symbole sert de signe précurseur lorsqu'il n'est pas nécessaire d'indiquer la direction (en haut ou en bas) ou pour indiquer l'endroit ou est situé un escalier mécanique dont la direction peut être modifiée compte tenu du sens de la circulation de pointe.



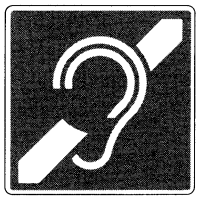
6.1.26
Baggage cart
To indicate the location where baggage carts are available.

Charette pour bagages
Indique où sont situées les charettes pour bagages.



6.1.27 a,b
Truck
To indicate a facility specifically designed or intended for trucks.

Camion
Indique une installation conçue spécialement pour les camions.

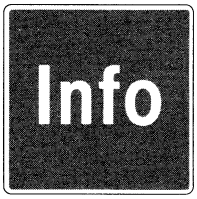


6.1.28
Access for the hearing impaired
To indicate a facility or service that is equipped to serve persons with a hearing impairment.

Accès, déficience auditive
Indique une installation ou un service doté des appareils nécessaires pour servir les personnes souffrant d'une déficience auditive.

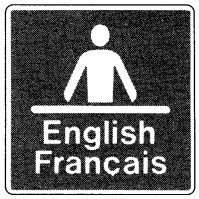
6.1.29
Drinking fountain
To indicate the location of a drinking fountain.

Fontaine, eau potable
Indique où est située une fontaine.



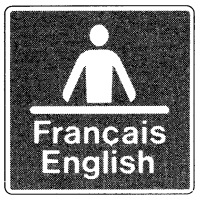
6.1.30
Information
To indicate the location of a facility or service that provides information.

Renseignements
Indique où est situé une installation ou un service fournissant des renseignements.



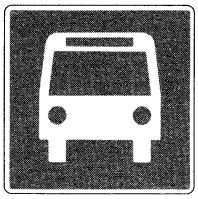
6.1.31
Services in both official languages
To indicate the availability of government services in both official languages.

Services dans les deux langues officielles
Indique que les services gouvernementaux sont disponibles dans les deux langues officielles.



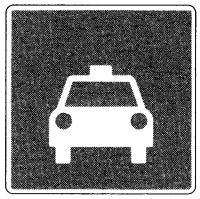
6.1.32
Services in both official languages
To indicate the availability of government services in both official languages.

Services dans les deux langues officielles
Indique que les services gouvernementaux sont disponibles dans les deux langues officielles.



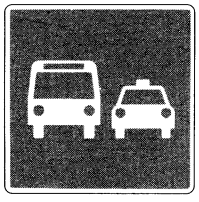
6.2.1
Bus transportation
To indicate the location where transportation by bus is available, i.e. a bus terminal or a bus stop.

Transport par autobus
Indique l'endroit où l'on peut obtenir du transport par autobus, c'est-à-dire une gare ou un arrêt d'autobus.



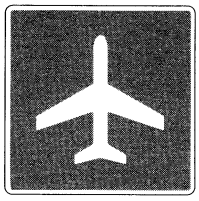
6.2.2
Taxi transportation
To indicate the location where transportation by taxi is available, e.g. a taxi stand.

Transport par taxi
Indique l'endroit où l'on peut obtenir du transport par taxi, notamment une station de taxis.



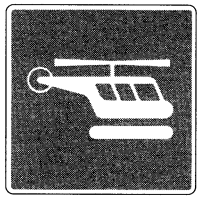
6.2.3
Bus and taxi transportation
To indicate the location where transportation by bus and taxi is available.

Transport par autobus et par taxi
Indique l'endroit où l'on peut obtenir du transport par autobus et par taxi.



6.2.4
Air transportation
To indicate the location of air transportation. (Note 6)

Transport par avion
Indique l'endroit où l'on peut obtenir du transport par avion. (Note 6)



6.2.5 a,b
Helicopter transportation
To indicate the location where transportation by helicopter is available.

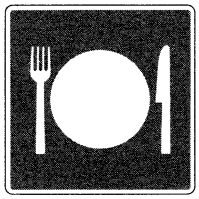
Transport par hélicoptère
Indique l'endroit où l'on peut obtenir du transport par hélicoptère.

Note 6 The inherent directionality of this image must be considered when the symbol is used in conjunction with a directional arrow. The symbol should be rotated as required to provide consistency in the directionality of the elements.

Note 6 Il faut tenir compte de l'orientation inhérente de la représentation lorsque ce symbole est utilisé avec une flèche d'orientation. Le symbole devrait être tourné au besoin pour assurer l'orientation uniforme des éléments.

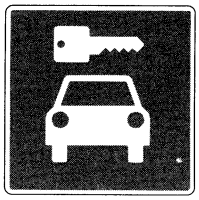
6.4.1
Coffee shop
To indicate the location of a coffee shop.

Casse-croûte
Indique l'endroit où est situé un casse-croûte.



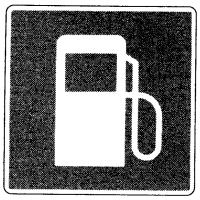
6.4.2
Restaurant
To indicate the location of a restaurant which provides full service.

Restaurant
Indique l'endroit où est situé un restaurant qui offre un repas complet.



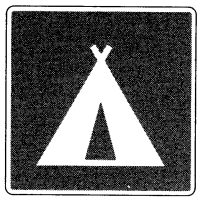
6.4.3
Car rental
To indicate the location of car rental facilities.

Location de voitures
Indique l'endroit où l'on peut louer une voiture.



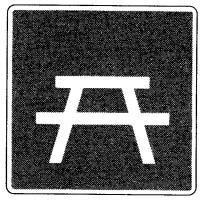
6.4.4
Gasoline station
To indicate the location where motor vehicles may be refueled.

Poste d'essence
Indique l'endroit où l'on peut faire le plein d'essence.



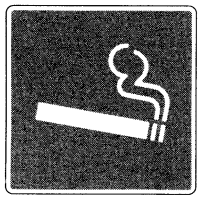
6.5.1
Camping area
To indicate an area where camping is permitted.

Terrain de camping
Indique un endroit où le camping est permi.



6.5.2
Picnic area
To indicate an area where picnic tables are available.

Terrain de pique-nique
Indique un endroit assorti de tables à pique-nique.



6.6.3
Smoking permitted
To indicate an area where smoking is permitted.

Permission de fumer
Indique un endroit où il est permis de fumer.

Directional arrows

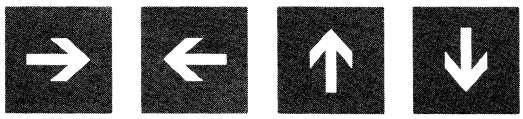
An ''arrow sign'' is used to convey direction in conjunction with a sign bearing text or a graphic symbol. Two signs, D1 for cardinal points and D2 for collateral points, have been developed for this purpose. The arrow is centered on a square, modular sign, permitting a variety of ways in which message and direction can be displayed.

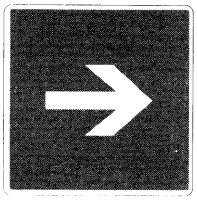
''Arrow signs'' are available in the standard green, dark grey and blue colours used for ''emergency'' and ''guidance and information'' signs. When displayed together, the colours of the ''arrow sign'' must be the same as the sign bearing the message.

Flèches d'orientation

Aux fins d'orientation, un « panneau de flèche » est utilisé avec un panneau portant une inscription ou un symbole. Deux panneaux, soit D1 pour les points cardinaux et D2 pour les points collatéraux, ont été conçus à cet effet. La flèche est centrée dans un panneau carré, ce qui permet d'agencer le message et l'orientation de diverses façons.

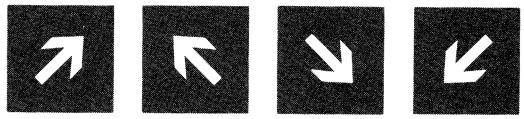
Les « panneaux de flèche » sont offerts dans les mêmes couleurs que les panneaux des catégories « cas d'urgence » et « orientation et information », soit vert, gris foncé et bleu. Par conséquent, la couleur du « panneau de flèche » doit correspondre à la couleur du panneau qu'il accompagne.

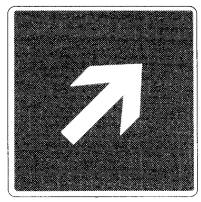




D1
Indication of direction, cardinal points

Indication de la direction, points cardinaux





D2
Indication of direction, collateral points

Indication de la direction, points collatéraux

Treasury Board of Canada Secretariat

Conseil du Trésor du Canada Secrétariat

Federal Identity Program Manual

Manuel du Programme de coordination de l'image de marque

Tactile Signage

Sign System and Installation Guide

Signalisation tactile

Système de signalisation et guide d'installation

Interim Guide
October 1997

Guide provisoire
Octobre 1997

4.3B

Canada

1.0 Introduction

1.1 Purpose of the Tactile Signage Installation Guide 6

1.2 Treasury Board Requirements for Tactile Signage 6

2.0 Federal Facilities Requiring Tactile Signage

2.1 Tactile Signage in Leased Facilities 8

2.2 Tactile Signage in Heritage Facilities 9

3.0 The Tactile Signs and their Application

3.1 Washroom Signs 10

- 3.1.1 Toilet for Men
- 3.1.2 Accessible Toilet for Men
- 3.1.3 Toilet for Women
- 3.1.4 Accessible Toilet for Women
- 3.1.5 Toilet for Men and Women
- 3.1.6 Accessible Toilet for Men and Women

3.2 Stair Sign 12

3.3 Exit Stair Sign 13

3.4 Exit Sign 14

4.0 Installation of Tactile Signs

4.1 CAN/CSA-B651-95 Barrier-Free Design Standard 15

Installation Requirements for Tactile Signage

4.2 Who does the Installation? 15

4.3 Standard Installation Procedures 16

4.4 Installation on Rough/Uneven Surfaces 18

4.5 Installation on Glass Surfaces 18

4.6 Exterior Applications 19

4.7 Removal of Existing Signage 19

5.0 Non-Typical Signage Installations

5.1 Single Doors Across Corridor 20

5.2 Double Doors Across Corridors 20

5.3 Doors in close proximity 21

5.4 Multiple Sets of Exit or Stairwell Doors 21

1.0 Introduction

1.1 Objet du Guide d'installation des panneaux tactiles 6

1.2 Exigences du Conseil du Trésor en matière de signalisation tactile 6

2.0 La signalisation tactile dans les immeubles fédéraux

2.1 Signalisation tactile dans les immeubles loués 8

2.2 Signalisation tactile dans les immeubles à valeur patrimoniale 9

3.0 Les panneaux tactiles et leurs applications

3.1 Panneaux pour salles de toilettes 10

- 3.1.1 Salle de toilettes pour hommes
- 3.1.2 Salle de toilettes d'accès facile pour hommes
- 3.1.3 Salle de toilettes pour femmes
- 3.1.4 Salle de toilettes d'accès facile pour femmes
- 3.1.5 Salle de toilettes pour hommes et femmes
- 3.1.6 Salle de toilettes d'accès facile pour hommes et femmes

3.2 Panneau pour escaliers 12

3.3 Panneau pour escaliers de sortie 13

3.4 Panneau de sortie 14

4.0 Installation des panneaux tactiles

4.1 Norme CAN/CSA-B651-95, Accessibilité des bâtiments et autres installations

Exigences pour l'installation des panneaux tactiles 15

4.2 Qui s'occupe de l'installation? 15

4.3 Marche à suivre standard pour l'installation 16

4.4 Installation sur des surfaces rugueuses ou inégales 18

4.5 Installation sur les surfaces en verre 18

4.6 Applications extérieures 19

4.7 Enlèvement de panneaux existants 19

5.0 Installation dans des endroits particuliers

5.1 Portes simples occupant la largeur d'un couloir 20

5.2 Portes doubles occupant la largeur d'un couloir 20

5.3 Portes rapprochées 21

5.5 Recessed Doors 21
5.6 Protruding Doors 22
5.7 Utility Doors inside Washrooms 22

6.0 Installation Summary 23

7.0 How to Order Tactile Signage 23

8.0 Bibliography 24

5.4 Séries de portes de sortie ou de portes ouvrant sur une cage d'escalier 21
5.5 Portes en retrait 21
5.6 Portes en saillie 22
5.7 Portes de service dans les salles de toilettes 22

6.0 Résumé 23

7.0 Comment commander les panneaux tactiles 23

8.0 Bibliographie 24

Preface

Universal Design principles have been applied to develop a Government of Canada tactile signage system that is to be implemented in federal facilities as a requirement of the Treasury Board Chapter 1-6 Accessibility Policy originally issued in 1991.

Based on the principles of CAN/CSA B-651 95 Barrier-Free Design, the tactile signage system incorporates raised pictograms, lettering and dome braille. Information is in a bilingual format and is in a black and white colour combination.

The signage was developed by a Working Group on Tactile Signage chaired by Public Works and Government Services Canada (PWGSC). The Working Group has partnering representatives from the Treasury Board Secretariat's Federal Identity Program (TBS FIP), the Canadian National Institute for the Blind, the Canadian Council of the Blind, the Status of Disabled Persons Secretariat, the National Capital Commission and the Fire Prevention Branch of Human Resources Development Canada. 3M Canada Incorporated assisted in the development of prototypes for the signage system. Results from the detailed evaluations of the prototypes guided the TBS FIP design advisor in final design refinements.

Although originally developed for installation in federal buildings, given the uniqueness and proven excellence of the signage as well as the current consumer and market demand, the TBS Federal Identity Program will be approaching the Canadian Standards Association and other levels of government to have the signage adopted as a national standard.

Préface

Le présent guide décrit un système de signalisation tactile, élaboré à partir de principes de design universels, qui doit être mis en œuvre dans les immeuble fédéraux, conformément à la politique du Conseil du Trésor sur l'accessibilité (chapitre 1-6, Accessibilité du Manuel du Conseil du Trésor) et dont la publication remonte à 1991.

Le système de signalisation tactile, qui se fonde sur les principes régissant la norme CAN/CSA-B651-95, Accessibilité des bâtiments et autres installations : règles de conception, fait appel à des pictogrammes en relief, à du lettrage et à du braille à points arrondis. L'information est présentée en blanc et noir sur des panneaux bilingues.

La signalisation a été conçue par un groupe de travail sur la signalisation tactile présidé par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC). Ce groupe de travail a pu compter sur la collaboration de représentants du Programme de coordination de l'image de marque (PCIM) du Secrétariat du Conseil du Trésor, de L'Institut national canadien pour les aveugles, du Conseil canadien des aveugles, du Secrétariat à la condition des personnes handicapées, de la Commission de la capitale nationale et de la Direction de la prévention des incendies de Développement des ressources humaines Canada. La société 3M Canada Incorporated a participé à l'élaboration de prototypes pour le système de signalisation. Le conseiller en design du PCIM du SCT s'est fondé sur les résultats des évaluations détaillées des prototypes pour perfectionner le design définitif des panneaux.

Bien que les panneaux aient été conçus à l'origine aux fins d'installation dans les immeubles fédéraux et compte tenu de leur caractère unique et de leur excellent design, ainsi que de la demande actuelle sur le marché, les responsables du Programme de coordination de l'image de marque proposeront à l'Association canadienne de normalisation et à d'autres paliers de gouvernement que cette signalisation soit adoptée à titre de norme nationale.

1.0 Introduction

1.1 Purpose of the Tactile Signage Installation Guide

This Installation Guide has been prepared to assist the Facility Managers of Government of Canada-occupied facilities in the acquisition and installation of tactile signage and to do so in an efficient and affordable manner. Tactile signage is required to bring federal facilities into compliance with Treasury Board requirements for accessibility (see 1.2).

This Installation Guide assists Facility Managers in undertaking the following tasks:

- Determining where and how many tactile signs are required
- Determining when tactile signs are not required
- Ordering and installing the tactile signs
- Resolving unique installation conditions

For ease of use, the Installation Guide has attempted to address the questions that may arise, and provided answers by means of illustrated scenarios.

1.2 Treasury Board Requirements for Tactile Signage

The implementation requirements for tactile signage in federal work areas of Crown-owned, lease-purchase and leased federal facilities is identified in *Treasury Board Manual,* Chapter 1-6, Accessibility, Appendix B, Barrier-free Design: Implementation Requirements which states:*Tactile signage must be used for washrooms, emergency egress, elevators, stairwells and doors off main corridors.*

The Treasury Board Secretariat's Federal Identity Program (TBS FIP) has approved the design and fabrication standards for the washroom, stairwell and emergency egress signs included in this guide. The scope of this document has been limited to tactile signage for washrooms, stairwells and emergency egress since tactile signage standards for 'doors off main corridors' are to be developed by the *TBS FIP Working Group on Tactile Signage* at a later date. The tactile identification of controls and floor designation signage in elevators is already identified in Appendix C: Elevator Requirements of CAN/ CSA-B651-95 *Barrier-Free Design* (an extract from the CSA Standard CAN/CSA-B44-M94 elevator code).

1.0 Introduction

1.1 Objet du Guide d'installation des panneaux tactiles

Le présent guide d'installation a été préparé afin d'aider les responsables de la gestion des immeubles fédéraux à faire l'acquisition de panneaux tactiles et à veiller à leur installation, conformément aux principes d'efficience et d'économie. La politique du Conseil du Trésor en matière d'accessibilité exige l'installation de panneaux tactiles dans les immeubles fédéraux (voir le point 1.2).

Le présent Guide d'installation sert à aider les responsables de la gestion des immeubles fédéraux à :

- déterminer le nombre de panneaux nécessaires et l'endroit où les installer;
- déterminer les cas où des panneaux tactiles ne sont pas nécessaires;
- commander les panneaux tactiles et à les installer;
- régler les problèmes d'installation particuliers.

Pour faciliter la consultation, le guide aborde les questions susceptibles d'être soulevées et y répond à l'aide d'illustrations.

1.2 Exigences du Conseil du Trésor en matière de signalisation tactile

Les exigences de mise en œuvre de la signalisation tactile dans les immeubles appartenant à l'État et les immeubles fédéraux obtenus par bail-achat ou loués sont exposées dans le *Manuel du Conseil du Trésor*, chapitre 1-6, Accessibilité, Appendice B, Aménagement pour accès facile : exigences de mise en œuvre. Selon ces exigences, *les salles de toilettes, les issues de secours, les ascenseurs, les cages d'escaliers et les portes donnant sur les principaux couloirs doivent être identifiés au moyen de panonceaux tactiles*.

Les responsables du Programme de coordination de l'image de marque du Secrétariat du Conseil du Trésor (PCIM du SCT) ont approuvé les normes graphiques et les normes de fabrication pour les panneaux devant être installés dans les salles de toilettes et les cages d'escaliers et près des issues de secours, dont il est question dans le présent guide. La portée de ce document se limite à la signalisation tactile pour les salles de toilettes, les cages d'escaliers et les issues de secours, puisque les normes de signalisation tactile pour les «portes donnant sur les principaux couloirs» seront élaborées par le *Groupe de travail du PCIM du SCT chargé de la signalisation tactile*, à une date ultérieure. La signalisation tactile

nécessaire pour identifier les commandes et les étages dans les ascenseurs a déjà été élaborée à l'Appendice C : Exigences relatives aux ascenseurs de la norme CAN/CSA-B651-95, *Accessibilité des bâtiments et autres installations : règles de conception* (un extrait de la norme CAN/CSA-B44-M94).

2.0 Federal Facilities Requiring Tactile Signage

As indicated in 1.2, *Treasury Board Manual*, Chapter 1-6, Accessibility, Appendix B: Barrier-free Design: Implementation Requirements requires tactile signage in federal real property of Crown-owned, lease purchase or leased facilities to identify *washrooms, emergency egress, stairwells*.

Each custodian department under section 2 of the Financial Administration Act (FAA) is responsible for determining in which facilities or portions of facilities the Implementation Requirements are applicable. In this regard, the *Barrier-free Design: Implementation Requirements* state:

2.2 *Various new buildings or structures, due to their specialized design function or requirements, may be candidates for a reduced level of accessibility or can be completely exempted from barrier-free design requirements. Such facilities include, but are not limited to: naturally inaccessible facilities in remote locations, unattended monitoring stations, facilities which are designed and constructed to accommodate able-bodied personnel (i.e., where being able-bodied is part of the job requirement); and facilities where operational requirements preclude reasonable access by persons with disabilities. If the specialized design or operational requirement that justified the exemption from the policy changes, then the department must reassess the facility against the policy to ensure that the exemption is still justified.*

2.3 *In some cases, access need not be provided to certain parts of the facility such as boiler rooms, roofs, elevator pits, elevator penthouses, mechanical rooms, electrical vaults, piping or equipment catwalks, or areas of hazardous occupancy (as defined by the National Building Code or National Fire Code), unless the intended use requires public access or the job requirements are such that a person with a disability could meet these requirements.*

2.0 La signalisation tactile dans les immeubles fédéraux

Tel qu'il est indiqué au point 1.2, on exige, à l'Appendice B, Aménagement pour accès facile : exigences de mise en œuvre, chapitre 1-6, Accessibilité, du *Manuel du Conseil du Trésor*, que des panneaux tactiles soient installés dans les immeubles appartenant à l'État et les immeubles obtenus par bail-achat ou loués pour identifier *les salles de toilettes, les issues de secours, [...] les cages d'escaliers*.

Il incombe à tout ministère chargé de la garde de biens immobiliers en vertu de l'article 2 de la *Loi sur la gestion des finances publiques* (LGFP) de déterminer à quels immeubles ou parties d'immeubles les exigences de mise en œuvre s'appliquent. À cet égard, les exigences de mise en œuvre de la norme d'aménagement pour accès facile précisent ce qui suit :

2.2 *En raison des exigences ou de la fonction spécialisée de la conception, il est possible de réduire les niveaux d'accessibilité de divers nouveaux immeubles ou structures ou de les exclure entièrement des exigences d'aménagement pour accès facile. Ces installations comprennent : les installations naturellement inaccessibles dans des endroits éloignés, les postes de surveillance automatique, les installations conçues et aménagées pour le personnel suffisamment apte (c'est-à-dire dont les exigences du poste requièrent cette aptitude) et les installations pour lesquelles les exigences opérationnelles excluent l'accessibilité raisonnable des personnes handicapées. Si l'exigence (qui justifie l'exclusion de la politique) opérationnelle ou de conception spécialisée change, le ministre devra alors évaluer à nouveau l'installation à la lumière de la politique et vérifier que l'exclusion est toujours justifiée.*

2.3 *Dans certains cas, il n'est pas nécessaire de prévoir un accès facile à certaines parties d'une installation, comme les chaufferies, les toits, les puits d'ascenseurs, les locaux d'ascenseurs hors toit, les chambres des appareils mécaniques, les chambres de transformateurs, les passerelles menant à la tuyauterie ou à l'équipement, ou l'occupation de zones dangereuses (tels que définis dans le Code national du bâtiment et le Code national de prévention des incendies), à moins que l'usage prévu exige un accès public ou qu'une personne handicapée puisse remplir les exigences du poste.*

2.1 Tactile Signage in Leased Facilities

Where the tactile signage is to be installed in buildings only partially occupied by federal tenants, the tactile signs are installed for those washrooms, exits and stairwells on those floors, or portions of floors, occupied by the federal tenant only. For example, if there are six stairwells serving a floor which a federal tenant only partially occupies, only those stairwells providing emergency exiting requirements for the federal tenant would be identified by a tactile 'Stairs' sign.

As indicated in 3.2 to 3.4, tactile stairwell or exit signs are also not installed for egress stairs or exits in, or from, parking garages, unless they are intended to meet the needs of specific user(s).

For leased facilities, there may also already be provision in the lease agreement to supply and install tactile signs and this should be verified. Unless the leased facility has been previously exempted or is eligible for exemption, tactile signs will be required and may be the responsibility of the owner of the leased facility.

2.2 Tactile Signage in Heritage Facilities

The Heritage Facilities section of Appendix B, Barrier-Free Design: Implementation Requirements of *Treasury Board Manual*, Chapter 1-6, Accessibility, states:

5.1 *The requirements for heritage facilities are the same as those for other Crown-owned facilities except where these requirements will significantly reduce the heritage quality of the facility.*

Consequently, the installation of tactile signage in facilities designated by the Federal Heritage Buildings Review Office (FHBRO) should be coordinated with the appropriate FHBRO representative.

2.1 Signalisation tactile dans les immeubles loués

Dans le cas d'immeubles qui ne sont que partiellement occupés par le gouvernement fédéral, les panneaux tactiles ne sont installés que pour identifier les salles de toilettes, les sorties et les cages d'escaliers se trouvant aux étages ou aux sections d'étages occupés par des bureaux du gouvernement fédéral. Par exemple, s'il y a six cages d'escaliers desservant un étage qui n'est que partiellement occupé par des bureaux du gouvernement fédéral, seules les cages d'escaliers pouvant servir d'issue de secours aux employés de ces bureaux sont identifiées à l'aide d'un panneau tactile.

Tel qu'il est indiqué aux points 3.2 à 3.4, aucun panneau tactile identifiant une cage d'escalier ou une sortie ne doit être installé près d'escaliers de sortie ou de sorties menant dans un garage de stationnement ou en provenant, à moins qu'il ne vise à répondre aux besoins d'un usager particulier.

Dans le cas des immeubles loués, il se peut que le bail prévoit déjà la fourniture et l'installation de panneaux tactiles c'est une question qu'il convient de vérifier. À moins que l'immeuble loué n'ait été antérieurement exclu des exigences d'aménagement pour accès facile ou qu'il ne soit admissible à une telle exclusion, des panneaux tactiles doivent y être installés. L'installation peut être la responsabilité du propriétaire de l'immeuble.

2.2 Signalisation tactile dans les immeubles à valeur patrimoniale

Selon la section portant sur les immeubles à valeur patrimoniale de l'Appendice B, Aménagement pour accès facile : exigences de mise en œuvre, chapitre 1-6, Accessibilité, du *Manuel du Conseil du Trésor* :

5.1 *Les exigences qui s'appliquent aux biens immobiliers à valeur patrimoniale sont les mêmes que celles des autres installations appartenant à l'État, sauf lorsqu'elles risquent d'affecter considérablement le caractère historique de l'installation.*

Par conséquent, l'installation de panneaux tactiles dans les immeubles désignés par le Bureau d'examen des édifices fédéraux du patrimoine doit être coordonnée avec le représentant compétent du Bureau.

3.0 The Tactile Signs and Their Applications

The tactile signs illustrated below incorporate raised pictograms, lettering and dome braille. Information is in a bilingual, format with white lettering on a black background. All signs are available in English-French and French-English formats. Text information is repeated in black dome braille near the base of the black field.

The signs are finished in a plastic material complying with CGSB-109-GP-5MP and suitable for interior and exterior applications. The signs are provided with an adhesive backing tape for application to painted drywall, metal, concrete or wood, vinyl wall covering, etc. See 4.4 for installation on other surfaces.

Tactile signs have been developed as a Government of Canada standard and have been evaluated and approved by the Treasury Board Secretariat's Federal Identity Program, Public Works and Government Services Canada, Canadian National Institute for the Blind (CNIB) and other agencies. Therefore, duplication, fabrication and/or delivery through sources other than those noted in Section 7.0 is discouraged.

3.1 Washroom Signs

These signs shall identify the entrances for various configurations of men's or women' washrooms which may or may not contain toilet facilities accessible to persons with disabilities.

Although the washrooms may include inner vestibule or privacy doors, the tactile signs are required for the exterior entrance doors only unless secondary doors (eg. to janitors closets, utility rooms, etc.) are also located inside the vestibules.

The signs are not generally installed for private or ensuite washrooms (eg. in the offices of senior management) unless they are intended to meet the needs of specific user(s). The sign is also not installed for washrooms in areas already exempted from accessibility requirements (See 2.0 of this document).

The finished signs are 150 mm wide by 230 mm high, with the exception of the two signs required for accessible individual washrooms which, when combined, are a total of 300 mm wide by 150 mm high.

3.0 Les panneaux tactiles et leurs applications

Les panneaux tactiles illustrés ci-après ont été conçus à l'aide de pictogrammes en relief, de lettrage et de braille à points arrondis. L'information y est présentée dans les deux langues officielles sous forme de lettres blanches sur fond noir. Tous les panneaux sont disponibles en format français-anglais et anglais-français. L'information est également reproduite en braille à points arrondis près du bas du fond noir.

Les panneaux sont fabriqués à l'aide d'une matière plastique conforme à la norme ONGC-109-GP-5MP et conviennent à une utilisation intérieure et extérieure. Les panneaux sont munis d'une bande adhésive à l'arrière, de sorte qu'ils puissent être installés, entre autres choses, sur une cloison sèche peinte, sur du métal, du béton ou du bois et sur un revêtement mural en vinyle (voir le point 4.4 pour l'installation sur d'autres surfaces).

Les panneaux tactiles ont été conçus à titre de norme du gouvernement du Canada et ont été évalués et approuvés par le Programme de coordination de l'image de marque du Secrétariat du Conseil du Trésor, Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, L'Institut national canadien pour les aveugles et d'autres organismes. Leur reproduction, fabrication ou livraison par des fournisseurs autres que ceux qui sont mentionnés au point 7.0 n'est pas recommandée.

3.1 Panneaux pour salles de toilettes

Des panneaux doivent identifier l'entrée des salles de toilettes pour hommes et pour femmes, que celles-ci soient aménagées ou non pour les personnes handicapées.

Bien que certaines salles de toilettes aient un vestibule intérieur ou des doubles portes pour garantir l'intimité, les panneaux tactiles doivent être installés à l'extérieur des portes d'entrée, à moins que des portes secondaires (menant, par exemple, à un local d'entretien ménager ou à un local de services) ne se trouvent également à l'intérieur du vestibule.

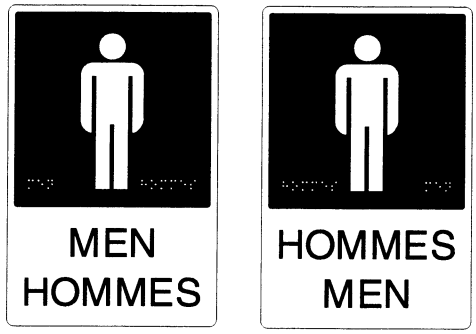
En règle générale, aucun panneau ne doit être installé à l'entrée d'une salle de toilettes privée ou d'une salle de toilettes annexée à un bureau (p. ex., dans les bureaux des cadres supérieurs), à moins qu'il ne soit destiné à répondre aux besoins d'un utilisateur particulier. Aucun panneau ne doit être installé non plus dans les salles de toilettes se trouvant dans des zones exclues des exigences d'aménagement pour accès facile (voir le point 2.0 qui précède).

3.1.1 Toilet for Men

This sign is to identify the entrance for men's washrooms which do not contain facilities for persons with disabilities.

3.1.1 Salle de toilettes pour hommes

Ce panneau sert à indiquer l'entrée d'une salle de toilettes pour hommes qui n'est pas aménagée pour les personnes handicapées.



3.1.2 Accessible Toilet for Men

This sign is to identify the entrance for men's washrooms designed to accommodate persons with disabilities.

3.1.2 Salle de toilettes d'accès facile pour hommes

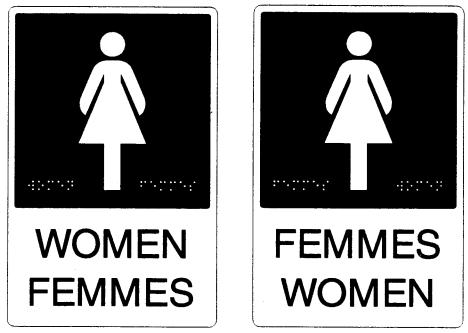
Ce panneau sert à indiquer l'entrée d'une salle de toilettes pour hommes aménagée pour les personnes handicapées.

3.1.3 Toilet for Women

This sign is to identify the entrance for women's washrooms which do not contain facilities for persons with disabilities.

3.1.3 Salle de toilettes pour femmes

Ce panneau sert à indiquer l'entrée d'une salle de toilettes pour femmes qui n'est pas aménagée pour des personnes handicapées.



3.1.4 Accessible Toilet for Women

This sign is to identify the entrance for women's washrooms designed to accommodate persons with disabilities.

3.1.4 Salle de toilettes d'accès facile pour femmes

Ce panneau sert à indiquer l'entrée d'une salle de toilettes pour femmes aménagée pour les personnes handicapées.

3.1.5 Toilet for Men and Women

This sign is to identify the entrance for a washroom that can be used by either men or women, but does not contain facilities for persons with disabilities.

3.1.5 Salle de toilettes pour hommes et femmes

Ce panneau sert à indiquer l'entrée d'une salle de toilettes pouvant être utilisée par les hommes et par les femmes, mais non aménagée pour les personnes handicapées.

3.1.6 Accessible Toilet for Men and Women

This combination of two signs is to identify the entrance for a washroom that can be used by either men or women with disabilities.

3.1.6 Salle de toilettes d'accès facile pour hommes et femmes

Cette combinaison de deux panneaux sert à indiquer l'entrée d'une salle de toilettes pouvant être utilisée par les hommes et les femmes handicapés.

3.2 Stairs Sign

This sign is to identify entrances to non fire-rated communications stairs only. It is NOT to be used for fire-rated egress stairs or open stairs along interior or exterior circulation routes (concourse stairs, etc.). The tactile identification of open stairs is addressed in the *Treasury Board Manual,* Chapter 1-6, Accessibility, Appendix B: Barrier-free Design: Implementation Requirements which states... *detectable warnings must be provided for all stairs except exit stairs in a separate stairwell.*

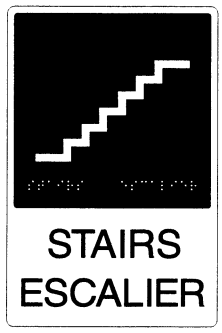
Prior to installation of the 'Stairs' sign, it is recommended that the actual life safety classification of the stairways being identified be verified with the appropriate life safety personnel.

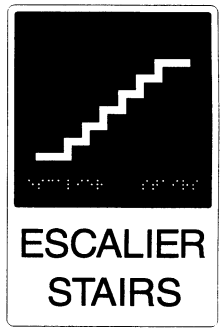
This sign is not to be installed for entrances to/from stairs in parking garages, unless it is intended to meet the needs of specific user(s). The signs are

3.2 Panneau pour escaliers

Ce panneau sert à identifier un escalier non résistant au feu et communiquant avec d'autres étages. Il NE doit PAS être utilisé pour les escaliers de sortie résistant au feu ou les escaliers ouverts longeant des voies de circulation intérieures ou extérieures (p. ex., un escalier dans un hall ou un lieu de passage). Il est question de la signalisation tactile nécessaire pour identifier les escaliers ouverts à l'Appendice B, Aménagement pour accès facile : exigences de mise en œuvre, du chapitre 1-6, Accessibilité, du *Manuel du Conseil du Trésor*. La partie applicable se lit comme suit : [...] *des surfaces repères apparentes doivent être fixées en haut des escaliers, sauf les escaliers de sortie dans une cage distincte.*

Avant l'installation d'un panneau indiquant un escalier, on recommande que la classification de l'escalier en question au chapitre





also not installed for stairwell entrances located in areas already exempted from accessibility requirements (See 2.0 of this document).

The finished sign is 150 mm wide by 230 mm high.

3.3 Exit Stair Sign

This sign is to identify entrances to fire-rated egress stairs only. It is NOT to be used for communication stairs or open stairs along interior or exterior circulation routes (concourse stairs, etc.). The tactile identification of open stairs is addressed in the *Treasury Board Manual*, Chapter 1-6, Accessibility, Appendix B: Barrier-free Design: Implementation Requirements which states... *detectable warnings must be provided for all stairs except exit stairs in a separate stairwell.*

Prior to installation of the 'Exit Stair' signs, it is recommended that the actual life safety classification of the stairways being identified be verified with the appropriate life safey personnel.

This sign shall not be installed for entrances to/from stairs in parking garages, unless it is intended to meet the needs of specific user(s). The signs are also not installed for stairwell entrances located in areas already exempted from accessibility requirements (See 2.0 of this document).

The finished sign is 150 mm high by 450 mm wide.

de la sécurité des personnes soit vérifiée auprès des personnes compétentes.

Ce panneau ne doit pas être installé près d'une entrée menant à un escalier dans un garage de stationnement ou en provenant, à moins qu'il ne soit destiné à répondre aux besoins d'un utilisateur particulier. Aucun panneau ne doit être installé non plus à l'entrée d'un escalier se trouvant dans une zone exclue des exigences d'aménagement pour accès facile (voir le point 2.0 qui précède).

Le panneau installé a une largeur de 150 mm et une hauteur de 230 mm.

3.3 Panneau pour escaliers de sortie

Ce panneau sert uniquement à identifier un escalier de sortie résistant au feu. Il NE doit PAS être utilisé pour les escaliers communiquants entre les étages ou les escaliers ouverts longeant des voies de circulation intérieures ou extérieures (p. ex., un escalier dans un hall ou lieu de passage). Il est question de la signalisation tactile nécessaire pour identifier les escaliers ouverts à l'Appendice B, Aménagement pour accès facile : exigences de mise en œuvre, du chapitre 1-6, Accessibilité, du *Manuel du Conseil du Trésor*. La partie applicable se lit comme suit : [...] *des surfaces repères apparentes doivent être fixées en haut des escaliers, sauf les escaliers de sortie dans une cage distincte.*

Avant l'installation d'un panneau indiquant un escalier de sortie, on recommande que la classification de l'escalier en question au chapitre de la sécurité des personnes soit vérifiée auprès des personnes compétentes.

Ce panneau ne doit pas être installé près d'une entrée menant à un escalier dans un garage de stationnement ou en provenant, à moins qu'il ne soit destiné à répondre aux besoins d'un utilisateur particulier. Aucun panneau ne doit être installé non plus à l'entrée d'un escalier se trouvant dans une zone exclue des exigences d'aménagement pour accès facile (voir le point 2.0 qui précède).

Le panneau installé a une hauteur de 150 mm et une largeur de 450 mm.

3.4 Exit Sign

This sign is to identify:

- exits directly to exterior safe areas (eg. entrance vestibules exiting to the exterior),
- exits directly to fire-rated exit corridors which lead directly to exterior safe areas (eg. exits which open into a concourse or lobby need not be identified with a tactile 'Exit' sign if no other doors are located within the exit), and
- exits to a separate building (eg. adjacent buildings connected by a concourse or walkway).

Since the 'Exit' sign is not directional, the sign is not intended to identify interior doorways or open corridors leading to an exit doorway (even though they may be identified by overhead 'Exit' signs) or crossover floors.

Prior to installation of the 'Exit' signs, it is recommended that the actual life safety classification of the doorways being identified be verified with the appropriate life safety personnel.

The sign is not installed for exits leading from, parking garages, unless it is intended to meet the needs of specific user(s). The signs are also not installed for exit doorways from areas already exempted from accessibility requirements (See 2.0 of this document).

The finished sign is 260 mm wide by 75 mm high.

3.4 Panneau de sortie

Ce panneau sert à identifier :

- les sorties ouvrant directement sur une zone de sécurité extérieure (p. ex., vestibules donnant directement sur l'extérieur);
- les sorties donnant directement sur des couloirs de sortie résistant au feu qui mènent directement vers une zone de sécurité extérieure (p. ex., aucun panneau tactile n'est nécessaire pour indiquer les sorties qui donnent sur un lieu de passage ou un hall si aucune autre porte n'est située près de ces sorties);
- les sorties menant à un autre immeuble (p. ex., des immeubles adjacents reliés à l'aide d'un hall ou d'une passerelle).

Étant donné que le panneau de sortie n'indique pas de direction, il ne sert pas à identifier des portes intérieures ou des couloirs ouverts menant à une sortie (même si ces portes et couloirs sont identifiés à l'aide d'un panneau de sortie installé près du plafond). Le panneau ne doit pas servir non plus à identifier les galeries de communication.

Avant l'installation d'un panneau indiquant une sortie, on recommande que la classification de la porte de sortie en question au chapitre de la sécurité des personnes soit vérifiée auprès des personnes compétentes.

Ce panneau ne doit pas être installé près d'une sortie provenant d'un garage de stationnement, à moins qu'il ne soit destiné à répondre aux besoins d'un utilisateur particulier. Aucun panneau ne doit être installé non plus près de la sortie d'une zone déjà exclue des exigences d'aménagement pour accès facile (voir le point 2.0 qui précède).

Le panneau installé a une largeur de 260 mm et une hauteur de 75 mm.

4.0 Installation of Tactile Signage

4.1 CAN/CSA-B651-95 Barrier-Free Design Standard Installation Requirements for Tactile Signage

The installation of tactile signage proposed in this Installation Guide is based on the requirements of CAN/CSA-B651-95 *Barrier-Free Design*,Section 6.4, Signage unless site conditions require alternate locations. The following extracts from Section 6.4, Signage pertain to the installation of tactile signage:

6.4.3 Illumination: The minimum illumination on signs shall be 200 lx.

6.4.4 Tactile Characters or Symbols: Characters, symbols or pictograms on tactile signs shall ... if wall mounted, have the centreline at a height of 1500 ± 25mm.

Commentary: Raised characters or symbols of identification greatly assist persons with visual impairments... Such identification should be located beside doors and openings to rooms within a building, and placed at a uniform height and distance from the door... Consistent location, such as at the door handle side, also makes identification easier.

4.2 Who does the Installation?

Generally, building maintenance staff with painting, drywall and/or carpentry skills should be able to follow the appropriate parts of this Installation Guide and install tactile signs at the locations prescribed by the Facility Manager. If these skills are not available in-house, the Facility Manager may wish to contract installation of the signage to a local signage company. In this case, the contractor should be directed to adhere to the procedures described in this Installation Guide.

4.0 Installation des panneaux tactiles

4.1 Norme CAN/CSA-B651-95, Accessibilité des bâtiments et autres installations Exigences pour l'installation des panneaux tactiles

La méthode d'installation des panneaux tactiles proposée dans le présent guide se fonde sur les exigences de la norme CAN/CSA-B651-95, Section 6.4, Signalisation, à moins que les conditions de l'emplacement ne nécessitent l'installation des panneaux dans un autre endroit. Les extraits suivants de la Section 6.4, Signalisation, portent expressément sur l'installation des panneaux tactiles.

6.4.3 Éclairage : Le niveau minimal d'éclairage des panneaux de signalisation est de 200 lx.

6.4.4 Caractères ou pictogrammes tactiles : Les caractères et pictogrammes des panneaux tactiles doivent [...] s'ils sont au mur, leur axe horizontal doit être à une hauteur de 1500 ± 25 mm du plancher.

Commentaire : Les caractères et les pictogrammes en relief aident grandement les personnes ayant un handicap visuel [...] Ils devraient donc être placés à côté des portes et des baies, toujours à la même hauteur et à la même distance par rapport à la porte ou à la baie. L'uniformité de l'emplacement (le côté poignée d'une porte, p. ex.) facilite aussi l'identification.

4.2 Qui s'occupe de l'installation?

En règle générale, les employés chargés de l'entretien de l'immeuble ayant des compétences en peinture, en installation de cloisons sèches ou en menuiserie devraient être en mesure de suivre les instructions contenues dans le présent guide et d'installer les panneaux tactiles aux endroits indiqués par le responsable de la gestion de l'immeuble. Si aucun employé à l'interne n'a ces compétences, le responsable de la gestion de l'immeuble peut recourir à un entrepreneur local pour l'installation des panneaux selon les instructions décrites dans le présent guide d'installation.

4.3 Standard Installation Procedures

Typical installation requires that tactile signs be located at a height of 1500 mm (± 25 mm) on the wall adjacent to latch side of the doorway - not on the hinged side of the doorway. Refer to 5.0, Non-Typical Signage Installations if the wall space on the latch side of the door is inadequate or obstructed.

To install the tactile sign on smooth surfaces simply,

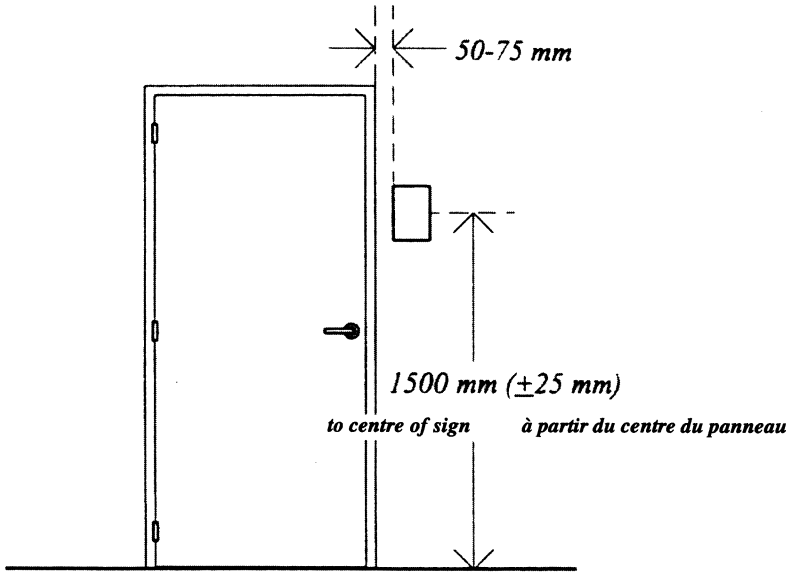
a) Using a pencil (or other erasable marking instrument), lightly mark the wall on which the sign is to be installed with a horizontal line at a distance of 1500 mm (± 25 mm) above the finished floor (using a level if necessary) on the latch side of the door. This is the height which CAN/CSA-B651-95 *Barrier-Free Design* specifies for all tactile signs.

4.3 Marche à suivre standard pour l'installation

De façon générale, les panneaux tactiles doivent être installés à une hauteur de 1500 mm (± 25 mm) sur le mur du côté de la serrure de la porte et non de la charnière. Voir les instructions au point 5.0, Installation dans des endroits particuliers, si l'espace sur le mur du côté de la serrure de la porte est insuffisant ou s'il y a obstruction.

Voici la marche à suivre pour l'installation des panneaux tactiles sur les surfaces lisses :

a) À l'aide d'un crayon (ou de tout autre instrument permettant de faire des marques effaçables), tracer légèrement sur le mur devant accueillir le panneau une ligne horizontale à une distance de 1500 mm (± 25 mm) au-dessus du plancher fini (utiliser un niveau au besoin) du côté de la serrure de la porte. Il s'agit de la hauteur réglementaire pour tous les panneaux tactiles d'après la norme CAN/CSA-B651-95.



b) Mark in pencil the location for the top of the sign by calculating the distance from the centre of the sign to the top of the sign (you may also refer to the height of the sign being installed in Section 3.0), and gently scribe this distance above the line you have drawn in Step a).

c) Strike a vertical guideline 50 mm to 75 mm in from the edge of the door or door frame to locate the edge of the sign. Consistent spacing between the door and sign will assist persons with visual impairments in locating the signs as well as provide a more professional installation.

d) Lightly trace guidelines for the remaining edges of the sign.

e) For improved adhesion, clean inside the area to be covered by the sign, using sandpaper where necessary.

f) Peel off the backing for the adhesive tape at the back of the sign.

g) Lightly align the top and side of the sign with the guidelines. When properly aligned, apply pressure to the top of the sign. After the top edge has adhered, brush the sign from top to bottom, pushing lightly with your hand. Now push hard at the centre, working out towards the left and right.

h) Using a light meter, verify that the level of illumination of the sign is a minimum of 200 lx. If the existing level of lighting is inadequate, relamp the fixtures.

Do not alter the legibility of the tactile information on the sign by drilling the sign for mounting screws, etc. See 4.4, Installation of Tactile Signage on Rough/Uneven Surfaces for alternative mounting techniques.

To avoid irreversible damage to the finishes of heritage facilities designated by the Federal Heritage Buildings Review Office (FHBRO), do not install tactile signage in these buildings without consulting the appropriate FHBRO representative. See also 2.2, Tactile Signage in Heritage Facilities.

b) Marquer au crayon l'endroit où devrait se trouver le haut du panneau en calculant la distance entre le centre et le haut du panneau (voir également le point 3.0 où il est question de la hauteur du panneau) et marquer légèrement cette distance au-dessus de la ligne tracée à l'étape a.

c) Tracer une ligne verticale à une distance de 50 à 75 mm de l'extrémité de la porte ou du cadre de porte pour indiquer l'endroit où aligner le côté du panneau. Il convient d'utiliser un espacement uniforme entre la porte et le panneau pour aider les personnes ayant une déficience visuelle à repérer ce dernier et pour assurer une installation d'aspect professionnel.

d) Tracer les lignes correspondant aux autres côtés du panneau.

e) Pour une meilleure adhésion, nettoyer la surface sur laquelle le panneau sera installé, à l'aide de papier de verre au besoin.

f) Enlever la pellicule protectrice de la bande adhésive à l'arrière du panneau.

g) Aligner le haut et le côté du panneau avec les lignes qui ont été tracées, puis appliquer de la pression sur le haut du panneau. Une fois que la partie supérieure du panneau est bien en place, passer la main de haut en bas en exerçant une légère pression. Exercer une pression plus forte au centre, puis passer la main de gauche à droite.

h) À l'aide d'un luxmètre, s'assurer que le niveau minimal d'éclairage est de 200 lx. Si l'éclairage est insuffisant, changer les ampoules.

Il ne faut pas modifier la lisibilité de l'information présentée sur un panneau tactile en perforant ce dernier pour y introduire des vis, par exemple. Le point 4.4, Installation sur des surfaces rugueuses ou inégales, présente des techniques d'installation de rechange.

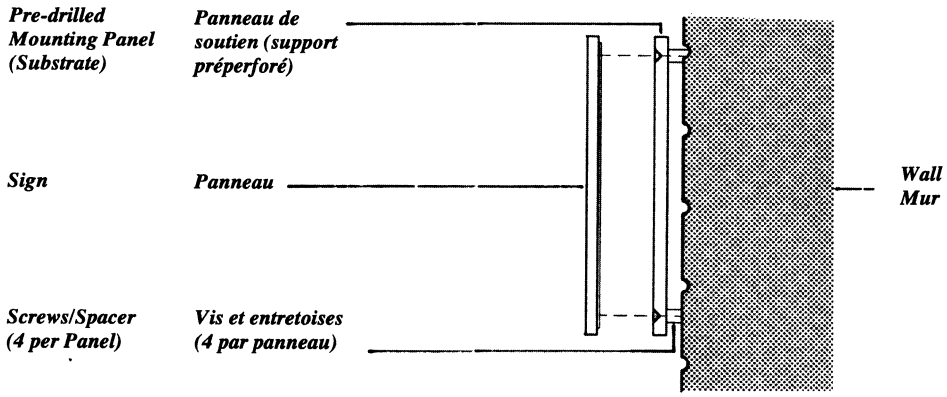
Pour éviter d'endommager de façon irréversible des immeubles à valeur patrimoniale désignés par le Bureau d'examen des édifices fédéraux du patrimoine, il convient de consulter un représentant compétent du Bureau avant d'installer des panneaux tactiles dans ces immeubles. Voir également le point 2.2, Signalisation tactile dans les immeubles à valeur patrimoniale.

4.4 Installation on Rough/ Uneven Surfaces

In this method, a separate support panel (the same size as the tactile sign) is fastened to the wall by tap screws and spacers, with the screws set flush with the surface of the support panel. While these support panels can be ordered through the National Master Standing Offer described in Section 7.0, purchase the proper type and size of screws and spacers at your local hardware dealer. The tactile sign is then applied to the support panel via the adhesive backing supplied with the sign. So as not to alter the legibility of the tactile information, never alter the finished face of the sign with any fastening devices such as screws, nails, etc.

4.4 Installation sur des surfaces rugueuses ou inégales

Selon cette méthode, un panneau de soutien distinct (ayant les mêmes dimensions que le panneau tactile) est fixé au mur à l'aide de vis autotaraudeuses et d'entretoises, les vis devant être enfoncées à fleur de la surface du panneau de support. Alors que les panneaux de support peuvent être commandés dans le cadre de l'Offre à commandes principale et nationale décrite au point 7.0, il faut se procurer les vis et les entretoises qui conviennent dans une quincaillerie. Le panneau tactile est ensuite appliqué sur le panneau de support à l'aide de la bande adhésive fournie avec le panneau tactile. Pour assurer la lisibilité de l'information tactile, il ne faut absolument pas fixer de dispositif d'assemblage tels que des vis ou des clous sur la surface finie du panneau.



4.5 Installation on Glass Surfaces

Where building conditions require the application of the tactile sign to transparent or semi-transparent glass surfaces (eg. an 'exit' sign to identify doorways in a vestibule), backing panels the same size of the tactile signs identified in Section 3.0 are also available through the National Master Standing Offer described in Section 7.0.

The backing panels are intended for mounting to the glass surface behind the sign to hide the tape thereby providing a cleaner installation.

4.5 Installation sur les surfaces en verre

Lorsqu'un panneau tactile doit être appliqué sur une surface en verre transparent ou semi-transparent (p. ex., un panneau destiné à identifier des portes de sortie dans un vestibule), une plaque d'appui de la même dimension que celle des panneaux tactiles illustrés au point 3.0 peut être obtenue dans le cadre de l'Offre à commandes principale et nationale décrite à la section 7.0.

La plaque d'appui sert à cacher la bande adhésive derrière le panneau tactile installé sur une surface en verre et assure ainsi une installation d'aspect professionnel.

4.6 Exterior Applications

Although the *Treasury Board Manual,* Chapter 1-6, Accessibility, Appendix B, Barrier-Free Design: Implementation Requirements does not specify outdoor uses for the signs, some custodian departments may utilize the signs to identify such facilities as outdoor public washrooms. In these cases, the signs should be located as specified in Sections 4.0 or 5.0 of this document.

Although the signs have been fabricated to resist outdoor applications, more durable exterior-grade adhesives may be required in place of the adhesive tape supplied on the signs. See also 4.4, Installation on Rough/Uneven Surfaces.

4.7 Removal of Existing Signage

This Installation Guide does not deal with the removal of existing signage that may be made redundant by the installation of tactile signs or minor repairs that may be required by such removal.

A strategy to address these issues will have to be developed in consultation with the Facility Manager and/or building owner.

4.6 Applications extérieures

Bien que l'Appendice B, Aménagement pour accès facile : exigences de mise en œuvre, du chapitre 1-6, Accessibilité, du *Manuel du Conseil du Trésor* ne présente aucune consigne pour l'utilisation extérieure des panneaux, il se peut que certains ministères chargés de la garde d'immeubles installent des panneaux pour identifier des installations telles que des salles de toilettes publiques extérieures. Le cas échéant, les panneaux devraient être installés conformément aux instructions présentées aux points 4.0 ou 5.0 du présent document.

Bien que les panneaux aient été fabriqués de manière à pouvoir être installés à l'extérieur, il peut être nécessaire d'utiliser un adhésif plus résistant que le ruban adhésif qui est fourni avec les panneaux. Voir également le point 4.4, Installation sur des surfaces rugueuses ou inégales.

4.7 Enlèvement de panneaux existants

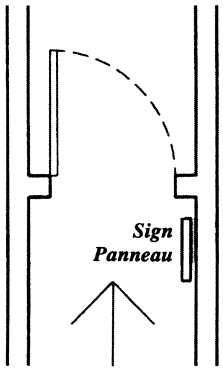
Le présent guide d'installation n'aborde pas la question de l'enlèvement de panneaux existants devenus inutiles par suite de l'installation de panneaux tactiles, ni celle des réparations mineures que l'enlèvement de ces panneaux risque d'occasionner.

Une stratégie à cet égard devra être élaborée de concert avec le responsable de la gestion de l'immeuble ou le propriétaire de l'immeuble.

5.0 Non-Typical Signage Installations

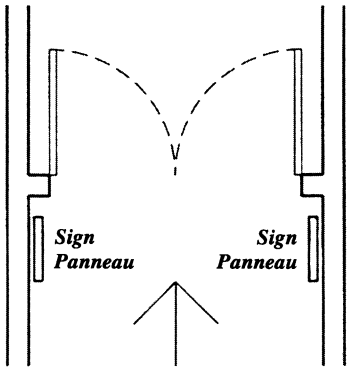
This section is intended to address unique conditions or situations where existing site conditions restrict locating the tactile signs on the latch side of doors and/or at the 1500 mm ± 25 mm height (centre of sign) as required in CAN/CSA-B651-95 *Barrier-Free Design*. These include double doors, multiple sets of exit doors, inadequate mounting space or obstructions on the latch side of doors, etc.

5.1 Single Doors Across Corridors



Approach to Washroom, Stairwell or Exit
Vers la salle de toilettes, la cage d'escalier ou la sortie

5.2 Double Doors Across Corridor

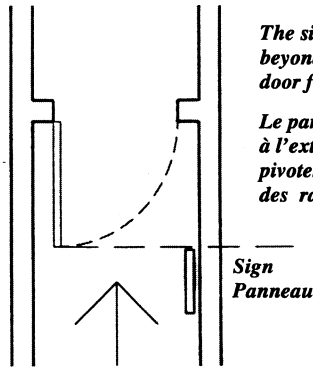


Approach to Stairwell or Exit
Vers la cage d'escalier ou la sortie

5.0 Installation dans des endroits particuliers

La présente section traite des situations où il est impossible d'installer les panneaux tactiles du côté de la serrure d'une porte ou à une hauteur de 1500 mm ± 25 mm (centre du panneau) comme l'exige la norme CAN/CSA-B651-95. C'est le cas, par exemple, des portes doubles ou des séries de portes de sortie. Les consignes s'appliquent également lorsque l'espace du côté de la serrure d'une porte est insuffisant ou obstrué.

5.1 Portes simples occupant la largeur d'un couloir



The sign is located beyond the swing of the door for safety reasons!

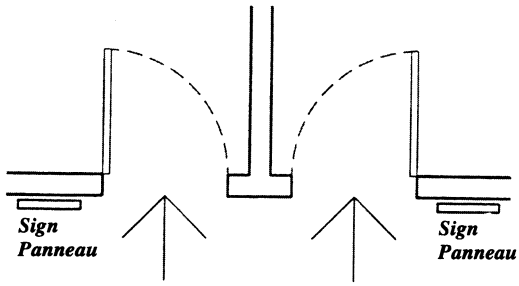
Le panneau est installé à l'extérieur du rayon de pivotement de la porte pour des raisons de sécurité

Approach to Washroom
Vers la salle de toilettes

5.2 Portes doubles occupant la largeur d'un couloir

5.3 Doors in close proximity

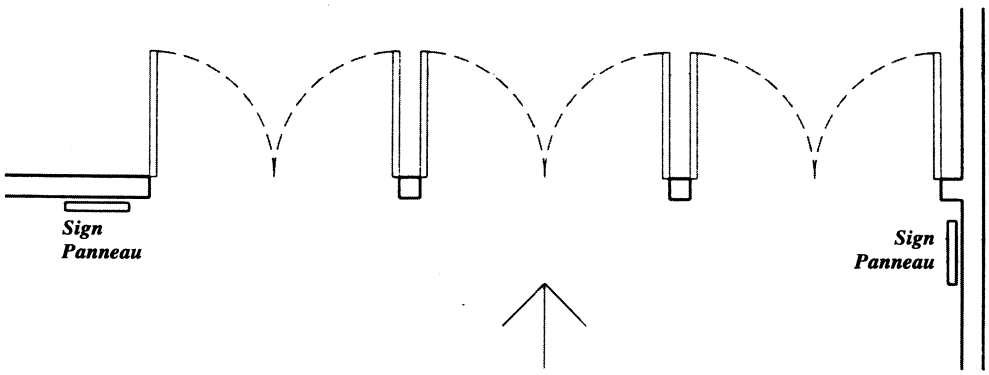
5.3 Portes rapprochées



Approach to Washroom, Stairwell or Exit
Vers la salle de toilettes, la cage d'escalier ou la sortie

5.4 Multiple Sets of Exit or Stairwell Doors

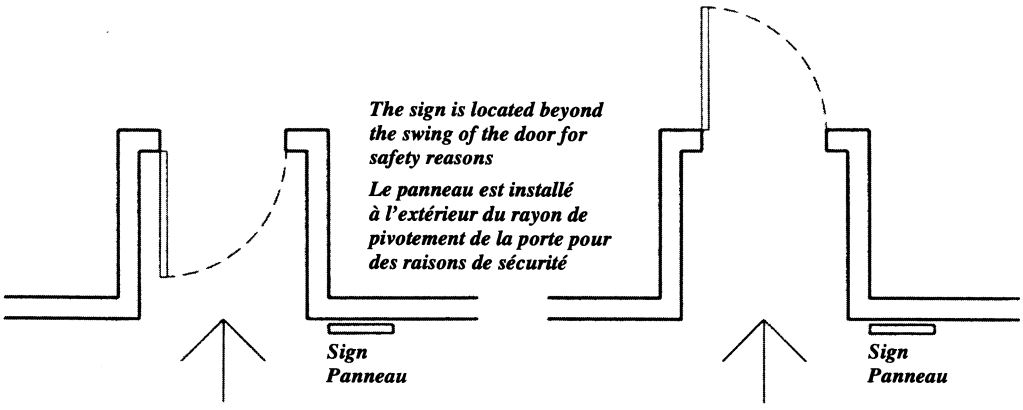
5.4 Séries de portes de sortie ou de portes ouvrant sur une cage d'escalier



Approach to Exit
Vers la sortie

5.5 Recessed Doors

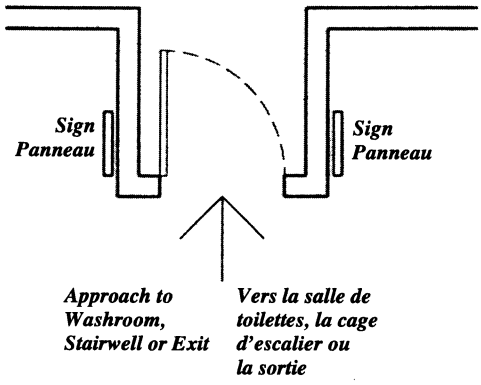
5.5 Portes en retrait


The sign is located beyond the swing of the door for safety reasons
Le panneau est installé à l'extérieur du rayon de pivotement de la porte pour des raisons de sécurité
Sign
Panneau
Sign
Panneau

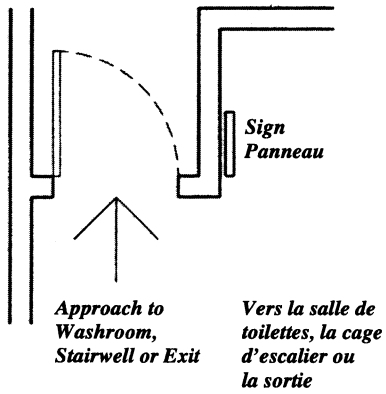
Approach toWashroom
Vers la salle de toilettes

Approach toWashroom, Stairwell or Exit
Vers la salle de toilettes, la cage d'escalier ou la sortie

5.6 Protruding Doors

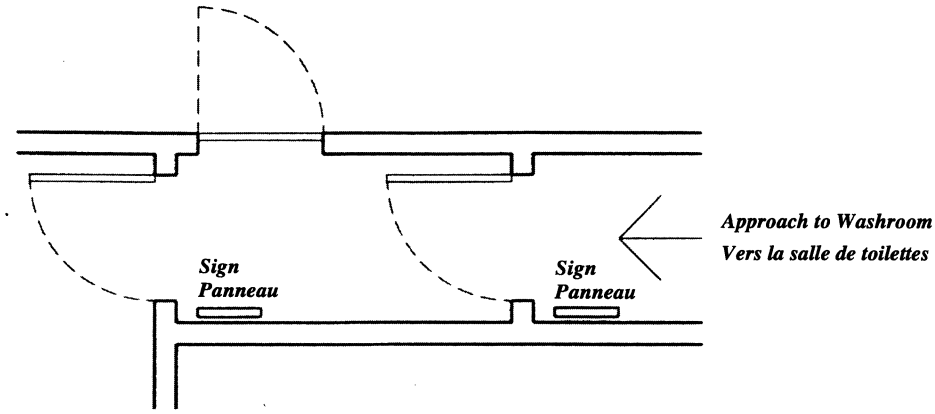


5.6 Portes en saillie



5.7 Utility Doors inside Washroom

5.7 Portes de service dans les salles de toilettes



6.0 Installation Summary

The key points to remember in installation of the signs are:

1. Install the signs beside the doorway to be identified. Never install the signs DIRECTLY on doors.
2. Install the signs so the centre of the sign is at a height of 1500 mm and the edge of the sign is 50-75 mm away from the edge of the door or door frame.

6.0 Résumé

Voici les principaux points dont il faut se rappeler pour l'installation des panneaux tactiles :

1. Installer les panneaux à côté de la porte devant être identifiée. Ne jamais installer les panneaux DIRECTEMENT sur les portes.
2. Installer les panneaux de manière à ce que le centre se trouve à une hauteur de 1500 mm et à ce que le côté soit à une distance de 50 à 75 mm de l'extrémité de la porte ou du cadre de porte.

3. Always locate the sign on the wall beside the latch side of the door if possible. Refer to Section 5.0 if the wall space beside the door is limited.
4. Do not alter the legibility of the tactile information on the sign by drilling the sign for mounting screws, etc. See 4.4, Installation of Tactile Signage on Rough/Uneven Surfaces for alternative mounting techniques.
5. Prior to installation of 'Exit' or either of the 'Stairwell' signs,it is recommended that the actual life safety classification of the stairways and/or doorways being identified be verified with the appropriate life safety personnel.
6. Prior to installing the signs in heritage buildings, coordinate the location and installation of the signs with the appropriate representative of the Federal Heritage Buildings Review Office.

We trust that this guide will assist in the successful installation of the Federal Identity Program tactile signage. However, should you require assistance in determining your signage requirements, you may wish to contact the PWGSC Architectural and Engineering Services Accessibility Coordinator in your region.

7.0 How to Order Tactile Signage

A multi-year National Master Standing Offer (NMSO) agreement for the supply of the TBS Federal Identity Program tactile signs illustrated in Section 3.0 of the FIP Tactile Signage Installation Guide has been awarded to:

Eye Catch Signs
2482 Maynard Street
Halifax, Nova Scotia
Canada B3K 3V4

Telephone:	(902) 423-3309
Facsimile:	(902) 423-6144
Internet Address:	eyecatch@atcon.com

The NMSO, which went into effect January 1997, is effective for one year with an option to renew for two additional one year terms.

3. Dans la mesure du possible, installer les panneaux sur le mur se trouvant du côté de la serrure de la porte. Voir le point 5.0 si l'espace près de la porte est limité.
4. Ne pas modifier la lisibilité de l'information tactile présentée sur le panneau en perforant des trous dans ce dernier pour y introduire des vis ou autre dispositif d'assemblage. Le point 4.4, Installation sur des surfaces rugueuses ou inégales, présente des méthodes d'installation de rechange.
5. Avant d'installer un panneau indiquant une sortie ou une cage d'escalier, on recommande que la classification, au chapitre de la sécurité des personnes, de l'escalier ou de la porte en question soit vérifiée auprès des personnes compétentes.
6. Avant d'installer des panneaux dans les immeubles à valeur patrimoniale, en coordonner l'emplacement et l'installation avec le représentant compétent du Bureau d'examen des édifices fédéraux du patrimoine.

Nous espérons que ce guide favorisera l'installation efficace des panneaux tactiles prévus dans le cadre du Programme de coordination de l'image de marque. Toutefois, si vous avez besoin d'aide pour déterminer les exigences en matière de signalisation qui s'appliquent dans votre cas, veuillez communiquer avec le coordonnateur de l'accessibilité, Services d'architecture et de génie, TPSGC, de votre région.

7.0 Comment commander les panneaux tactiles

Une Offre à commandes principale et nationale (OCPN) pluriannuelle pour la fourniture des panneaux tactiles du Programme de coordination de l'image de marque du SCT illustrés au point 3.0 du guide d'installation du PCIM a été conclue avec :

Eye Catch Signs
2482, rue Maynard
Halifax (Nouvelle-Écosse)
Canada B3K 3V4

Téléphone :	(902) 423-3309
Télécopieur :	(902) 423-6144
Adresse Internet :	eyecatch@atcon.com

L'OCPN, qui est entrée en vigueur en janvier 1997, vise une période d'un an, avec option de renouvellement pour deux périodes supplémentaires d'une durée d'un an.

When ordering the tactile signs, please specify:

- NMSO number EJ116-6-0001/001/CM
- the reference code for the signs required (located below the sign illustrations in Section 3.0)
- the quantities of signs required (ie: ATM-E1, TAH-F1, etc).
- any support panels required for installation of signs on rough surfaces (refer to Section 4.4).
- any backing panels required to install the signs on glass (refer to Section 4.5).

If you require further assistance in placing an order for the tactile signage, you may also contact:

Signage Coordinators
Buildings Directorate
Architectural and Engineering Services
Real Property Services
Public Works and Government Services Canada

Telephone: (819) 775-4501 or 775-4502
Facsimile: (819) 775-4081

8.0 Bibliography

CAN/CSA-B651-95 ***Barrier-Free Design:Public Safety A National Standard of Canada***, Canadian Standards Association, September, 1995.

CAN/CSA-Z321-96 ***Signs and Symbols for the Workplace***, Canadian Standards Association, 1996.

Federal Identity Program Manual, Treasury Board of Canada Secretariat, 1992.

Treasury Board Manual, Chapter 1-6, Accessibility, November 15, 1993.

Dans toutes les commandes de panneaux tactiles, il faut préciser :

- le numéro de l'OCPN (EJ116-6-0001/001/CM);
- le code de référence des panneaux nécessaires (voir au bas des illustrations figurant au point 3.0);
- le nombre de panneaux nécessaires (p. ex., ATM-E1, TAH-F1);
- le nombre de panneaux de support nécessaires, s'il y a lieu, pour l'installation des panneaux tactiles sur des surfaces rugueuses (voir le point 4.4);
- le nombre de plaques d'appui nécessaires, s'il y a lieu, pour l'installation des panneaux tactiles sur des surfaces en verre (voir le point 4.5).

Pour toute autre information concernant les commandes de panneaux tactiles, veuillez communiquer avec :

Coordonnateurs de la signalisation
Direction des bâtiments
Services d'architecture et de génie
Services des biens immobiliers
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada

Téléphone : (819) 775-4501 ou 775-4502
Télécopieur : (819) 775-4081

8.0 Bibliographie

CAN/CSA-B651-95, ***Accessibilité des bâtiments et autres installations : règles de conception. Sécurité publique***. Norme nationale du Canada, Association canadienne de normalisation, septembre 1995.

CAN/CSA-Z321-96, ***Signaux et symboles dans le milieu de travail,*** Association canadienne de normalisation, 1996.

Manuel du Conseil du Trésor, chapitre 1-6, Accessibilité, 15 novembre 1993.

Manuel du Programme de coordination de l'image de marque, Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, 1992.

Treasury Board of Canada Secretariat

Conseil du Trésor du Canada Secrétariat

Federal Identity Program Manual

Manuel du Programme de coordination de l'image de marque

Project signs

Panneaux de projet

January 1988

Janvier 1988

4.4

Canada

Table of contents

Introduction 3
Scope 3
Determining the requirements 3

Signature and wordmark 4

Federal signature 4
"Canada" wordmark 4
"Government of Canada" signature 4

Message 5

Examples of sign messages 5

Design standards 6

Relationship between bands and central area 6
Sign proportions 7
Character size ratios 8
Use of standard spaces 10
Signature layout 12
Basic layout 13
Design variations 15
Standard colours 16

Material requirements 16

Tables

1 Character size ratios 8
2 Viewing distance and character size 9
3 Relationship between signature and wordmark 9
4 Standard spaces 11
5 Character size and height of flag symbol 12

Table des matières

Introduction 3
Portée 3
Établissement des besoins 3

Signature et mot-symbole 4

Signature fédérale 4
Mot-symbole « Canada » 4
Signature « Gouvernement du Canada » 4

Communication 5

Exemples de messages 5

Normes graphiques 6

Rapport entre les bandes et la zone médiane 6
Proportions des panneaux 7
Rapports des corps de caractère 8
Normes d'espacement 10
Disposition de la signature 12
Disposition de base 13
Variations par rapport aux normes graphiques 15
Couleurs standard 16

Besoins en matériaux 16

Tableaux

1 Rapports des corps de caractère 8
2 Distance de lecture et corps de caractère 9
3 Rapport entre la signature et le mot-symbole 9
4 Espaces standard 11
5 Corps de caractère et hauteur du symbole du drapeau 12

Introduction Signs that provide on-site information about government programs or projects form an important aspect of the federal identity. This section sets out the design standards that were developed to achieve a uniform appearance of federal project signs. It is intended for designers, communication advisors and administrators.

This section should be used with Chapter 470, ''Federal Identity Program'' of the *Administrative Policy Manual*, and the key sections of the FIP Manual, 1.1, ''Design'' and 1.2, ''Message''. A familiarity with section 4.1, ''Signage'', is essential to the proper understanding of the subject.

Scope Guidelines and standards set out the requirements for the design and production of project signs. The purpose of these signs is to provide on-site information about federal programs or projects, such as employment or public works. Project signs are intended for temporary use, generally for a period of up to two years and, depending on the project, may be for exterior or interior use.

These guidelines do not apply to signs that identify programs undertaken jointly with another level of government (see the section entitled ''Identification of shared-cost programs'').

Determining the requirements The federal organization that is sponsoring the program or project is responsible for determining the requirement for a sign. A decision to use a sign, as opposed to other media, is generally based on the organization's communication policy, cost efficiency, the feasibility of installing a sign, and the duration of the project.

Introduction Les panneaux qui ont pour objet de renseigner sur les programmes ou les projets du gouvernement représentent un aspect important de l'image de marque de l'État. Cette section énonce les normes graphiques à appliquer afin d'assurer une certaine uniformité visuelle des panneaux de projet fédéraux. Elle est destinée aux concepteurs, aux conseillers en communication et aux agents d'administration.

La présente section doit être consultée de pair avec le chapitre 470, intitulé « Programme de coordination de l'image de marque » du *Manuel de la politique administrative*, et les sections-clés du Manuel du PCIM, 1.1 « Design » et 1.2 « Message ». Une connaissance générale de la section 4.1, intitulée « Signalisation » est également indispensable pour bien comprendre le sujet.

Portée Les lignes directrices et les normes énoncent les exigences concernant la conception et la production des panneaux de projet. Ces panneaux renseignent sur les programmes et les projets fédéraux ayant trait, notamment, aux secteurs de l'emploi ou des travaux publics. Les panneaux de projet sont prévus pour usage à court terme, soit deux ans au maximum. Ils peuvent être utilisés à l'intérieur ou à l'extérieur, le cas échéant.

La présente section ne s'applique pas aux panneaux qui servent à désigner les programmes ou les projets entrepris en collaboration avec un autre palier de gouvernement (voir la section intitulée « Identification des programmes à coûts partagés »).

Établissement des besoins Il incombe à l'organisme fédéral qui parraine le programme ou le projet d'établir ses besoins par rapport aux panneaux. La décision d'ériger un panneau au lieu de recourir à un autre moyen de communication se fonde généralement sur la politique d'information de l'organisme, le rapport coût-efficacité, la possibilité d'ériger un panneau et la durée du programme ou du projet.

Signature and wordmark

The federal signature and the "Canada" wordmark are the key elements on project signs. They appear in a prescribed position on the top and bottom bands respectively.

Federal signature As required, a one- or two-line signature is used on project signs (**Fig. 1**). Design standards prescribe the size and position of the signature within a sign layout.

Flag symbol
For the reasons stated in section 1.1, the modified version of the flag symbol is used for all project signs.

"Canada" wordmark The medium-weight of the "Canada" wordmark is used for all project signs (**Fig. 2**). Design standards prescribe the relative size and position of the wordmark within a sign layout.

"Government of Canada" signature This signature (**Fig. 3**) is used to identify programs or projects that involve two or more federal organizations. If required, the participating departments may be referred to in the sign's message.

Signature et mot-symbole

Les éléments essentiels des panneaux de projet sont la signature fédérale et le mot-symbole « Canada ». Ils doivent figurer de la manière prescrite, soit respectivement sur la bande supérieure et la bande inférieure.

Signature fédérale Les panneaux de projet portent une signature sur une ou deux lignes, selon le cas (**Fig. 1**). Les normes graphiques régissent la taille et la position de la signature dans le panneau.

Symbole du drapeau
Pour les raisons citées dans la section 1.1, on utilise la version modifiée du symbole du drapeau pour tous les panneaux de projet.

Mot-symbole « Canada » Le mot-symbole en caractères demi-gras est utilisé pour tous les panneaux de projet (**Fig. 2**). Les normes graphiques prévoient la taille et la position relatives du mot-symbole dans le panneau.

Signature « Gouvernement du Canada » Cette signature (**Fig. 3**) sert à désigner les programmes ou projets parrainés par au moins deux organismes fédéraux. Ces organismes peuvent, le cas échéant, être mentionnés dans le message du panneau.

Fig. 1
One- and two-line signatures Signatures sur une et deux lignes

Fig. 2
Wordmark, medium-weight Mot-symbole, caractères demi-gras

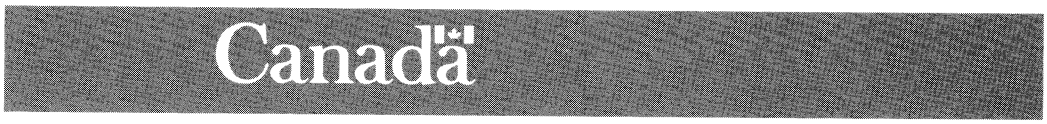


Fig. 3
"Government of Canada" signature Signature « Gouvernement du Canada »

Message

The sign's message should consist of a clear and concise statement informing the public about the nature of the program or project. Texts must be brief; the main message should not exceed five words per language.

A federal sign that informs the public about a construction project should not include information about a contractor or consultant. Normally, such information appears on a separate sign.

For more comprehensive guidelines on the creation and presentation of texts see section 1.2, ''Message''.

Examples of sign messages The following examples indicate how different kinds of information may be presented and how the text is structured (**Fig. 4**).

Communication

Les messages des panneaux doivent consister en énoncés clairs et concis sur la nature des programmes ou des projets. Le texte doit être court, le message principal ne devant pas comprendre plus de cinq mots dans chaque langue.

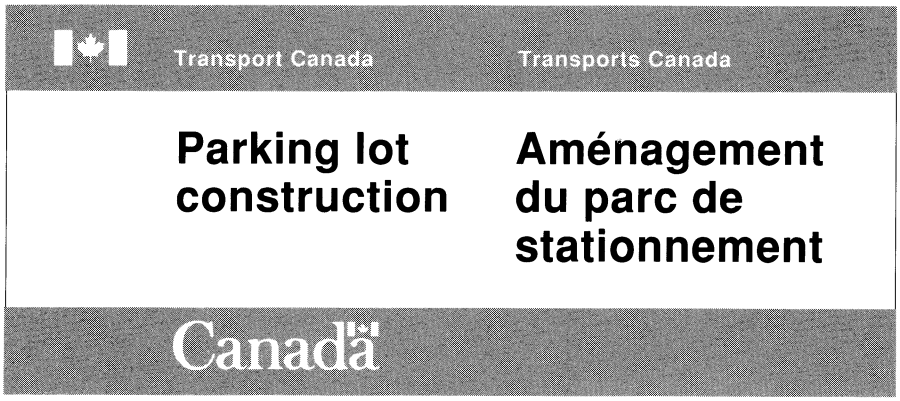
Les panneaux annonçant un projet de construction ne devraient pas comprendre de renseignements quant à l'entrepreneur ou à l'expert-conseil. Ces renseignements figurent habituellement sur un panneau distinct.

Pour de plus amples instructions au sujet de la création et de la présentation des messages, voir la section 1.2, intitulée « Message ».

Exemples de messages Les exemples suivants indiquent comment divers types de renseignements peuvent être présentés, ainsi que l'ordre du texte (**Fig. 4**).

Fig. 4
Examples of messages Exemples de messages

Fig. 4
(Continued Suite)



Gouvernement du Canada
Government of Canada
Poste frontalier Hemmingsford
Hemmingsford border facilities
Projet réalisé par Travaux publics Canada pour le compte de Revenu Canada, Douanes et Accise
Project managed by Public Works Canada on behalf of Revenue Canada, Customs and Excise
Canada

Design standards

To achieve uniformity, a basic design consisting of coloured bands at the top and bottom of the sign has been adopted. The requirements with respect to the layout, signage typeface, character sizes and colours, are set out below. For details on the signage typeface consult Section 4.5.

Relationship between bands and central area To achieve a uniform appearance, a certain relationship between the height of the band and the central area has been adopted. The height of each band should represent between 15 and 25 per cent of the total height of the sign. On a given sign, both bands should be the same height (**Fig. 5**).

Normes graphiques

Afin d'uniformiser l'aspect général des panneaux, on a adopté une présentation standard qui comprend une bande supérieure et une bande inférieure de couleur. Les règles qui portent sur la disposition, le caractère de signalisation, les corps du caractère et les couleurs sont énoncées ci-dessous. Pour de plus amples renseignements sur le caractère, voir la section 4.5.

Rapport entre les bandes et la zone médiane Afin d'uniformiser l'aspect général des panneaux, un rapport a été établi entre la hauteur des bandes et celle de la zone médiane. La hauteur de chaque bande devrait représenter de 15 à 25 pour cent de la hauteur totale du panneau. Les deux bandes doivent être de la même hauteur (**Fig. 5**).

Sign proportions In general, signs should be designed in a rectangular, horizontal format to accommodate the side by side presentation of the two official languages. Just as the relationship between the bands and the central area is governed by limits, there is also a range governing the proportion of height to length. The preferred proportion is 1:2, the minimum being 1:1.5 and the maximum 1:2.5 (**Fig. 6**).

Designing a sign to meet these proportions is generally achieved by an appropriate choice of character size ratios and line breaks.

Sign dimensions

The size of project signs varies greatly and depends on factors such as message length, viewing distance, site requirements and standard sheet sizes. The viewing distance, which determines the character size required, is an important factor. It ensures the effectiveness of the sign when installed. Furthermore, for reasons of economy, the dimensions should relate to the standard sheet sizes of the material to be used; e.g. plywood, vinyl, card or paper.

Proportions des panneaux En général, les panneaux devraient être rectangulaires et d'un format horizontal, afin de loger la présentation côte à côte des deux langues officielles. Tout comme le rapport entre les bandes et la zone médiane d'un panneau, le rapport entre la hauteur et la longueur du panneau doit aussi respecter certaines règles. Le rapport suggéré est de 1:2, le minimum étant de 1:1,5, et le maximum de 1:2,5 (**Fig. 6**).

La sélection judicieuse des rapports des corps de caractère et de la répartition des lignes permet généralement d'atteindre ces proportions.

Dimensions des panneaux

Les dimensions des panneaux peuvent varier considérablement en fonction notamment de la longueur de la communication, de la distance de lecture, de l'endroit où est érigé le panneau et des dimensions standard des feuilles du matériau utilisé. La distance de lecture est un facteur important car elle détermine le corps des caractères qu'il faut choisir pour assurer l'efficacité du panneau une fois celui-ci érigé. En outre, pour des raisons d'économie, il faut tenir compte du format standard des feuilles à utiliser, telles que les feuilles de contre-plaqué, de vinyle, de carton ou de papier.

Fig. 5
Relationship between bands and central area: the height of each band should be between 15 and 25 per cent of the total height.

Rapport entre les bandes et la zone médiane: la hauteur de chaque bande devrait représenter de 15 à 25 pour cent de la hauteur totale.

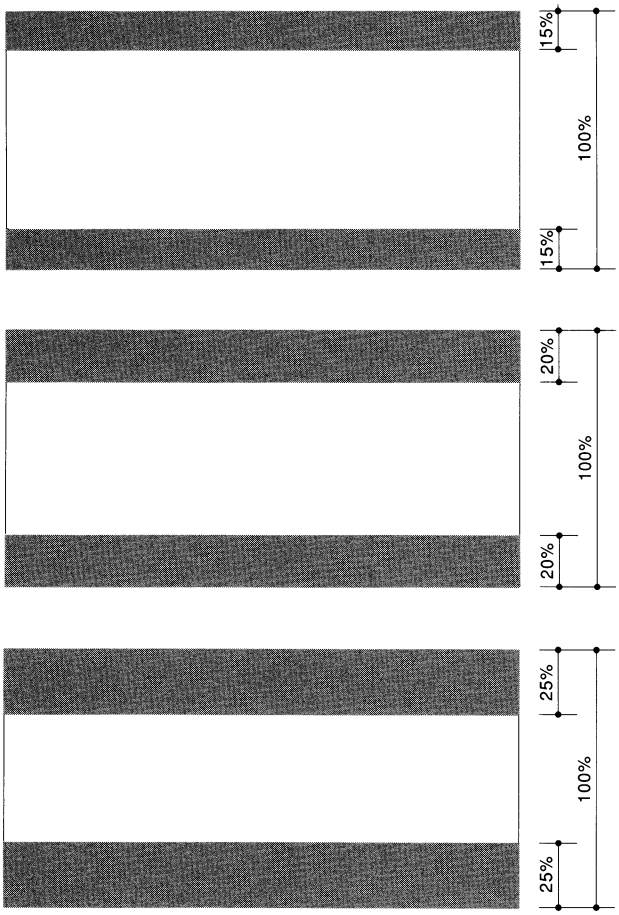
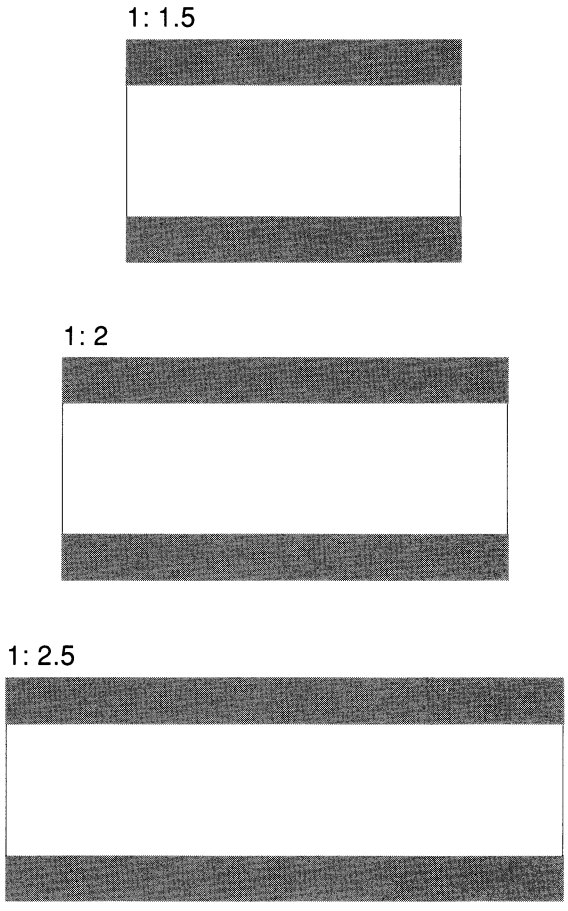


Fig. 6
Sign proportions: minimum of 1:1.5 and maximum of 1:2.5.

Proportions des panneaux: minimum de 1:1,5 et maximum de 1:2,5.



Character size ratios Generally, signs are designed by selecting two character sizes. By varying the size, emphasis is placed on the main message while secondary information is de-emphasized.

The most commonly used character size ratio is that of 1.5:1, where the larger size is used for the main message and the smaller size for the signature and any secondary information. Depending on message length and layout requirements, other ratios such as 1:1, 2:1 or 3:1 can be used. The standard character sizes that can be combined on a sign are presented in **Table 1**.

Rapports des corps de caractère Habituellement, on utilise deux corps, afin de faire ressortir le message principal et d'accorder moins d'importance aux renseignements secondaires.

Le rapport de corps le plus couramment utilisé est celui de 1,5:1, le corps le plus grand étant pour le message principal, et le corps le plus petit, pour la signature et les renseignements secondaires. Selon la longueur de la communication et les exigences de la disposition, on peut aussi utiliser d'autres rapports tels que 1:1, 2:1, ou 3:1. Le **tableau 1** indique les corps standard (en mm) qui peuvent figurer sur un même panneau.

Table 1
Character size ratios (in mm)

Tableau 1
Rapports des corps de caractère (en mm)

1.5 : 1	2 : 1	3 : 1
15 : 10	20 : 10	30 : 10
30 : 20	30 : 15	40 : 12
40 : 25	40 : 20	50 : 15
50 : 30	50 : 25	60 : 20
60 : 40	60 : 30	80 : 25
80 : 50	80 : 40	100 : 30
100 : 60	100 : 50	120 : 40
120 : 80	120 : 60	150 : 50
150 : 100	150 : 80	200 : 60
200 : 120	200 : 100	

Note: Where the existing standard sizes do not provide exact ratios, the nearest available size is used.

Note: Lorsque les corps disponibles ne représentent pas le rapport exact voulu, on utilise le corps qui s'en rapproche le plus.

Viewing distance and character size

For guidance on the selection of the appropriate character size, see "Viewing distance and character size" in section 4.1. For the convenience of the reader, the basic data have been included in **Table 2** of this section.

Table 2
Viewing distance and character size

Viewing distance / Distance de lecture	Character size / Corps de caractère	Viewing distance / Distance de lecture	Character size / Corps de caractère	Viewing distance / Distance de lecture	Character size / Corps de caractère
6 m	10 mm	18 m	30 mm	60 m	100 mm
7 m	12 mm	24 m	40 mm	72 m	120 mm
9 m	15 mm	30 m	50 mm	90 m	150 mm
12 m	20 mm	36 m	60 mm	120 m	200 mm
15 m	25 mm	48 m	80 mm		

Note: See section 4.1 for guidelines on the selection of character sizes.

Distance de lecture et corps des caractères

Pour plus de renseignements concernant les corps, voir la rubrique « Distance de lecture et corps des caractères » de la section 4.1. Pour des raisons de commodité, les données principales sur la distance de lecture ont été incluses ici également (voir le **tableau 2**).

Tableau 2
Distance de lecture et corps de caractère

Note: La section 4.1 précise les lignes directrices régissant le choix du corps de caractère.

Size of the "Canada" wordmark

The standard size relationship between the federal signature and the wordmark is 1:2.5. See **Table 3** for the corresponding sizes.

Table 3
Relationship between signature and wordmark (in mm)

x-height of signature / Hauteur «x» de la signature	x-height of wordmark / Hauteur «x» du mot-symbole	x-height of signature / Hauteur «x» de la signature	x-height of wordmark / Hauteur «x» du mot-symbole	x-height of signature / Hauteur «x» de la signature	x-height of wordmark / Hauteur «x» du mot-symbole
10	25	25	63	60	150
12	30	30	75	80	200
15	38	40	100	100	250
20	50	50	125	120	300

Corps du mot-symbole « Canada »

Le rapport de corps standard entre la signature fédérale et le mot-symbole est de 1:2,5. Le **tableau 3** indique les dimensions correspondantes.

Tableau 3
Rapport entre la signature et le mot-symbole (en mm)

Use of standard spaces The layout of signs is based on the "x", the unit of measurement used in signage. Each message element is positioned according to standard spaces. See **Table 4** and **Figure 7**.

Certain variations from the standard spaces may be required when a layout must fit a standard sheet size. For example, a layout can be modified by using additional space for the sign's margins. Any additional space should be distributed evenly to maintain a balanced layout. Conversely, where a preliminary layout slightly exceeds the dimensions prescribed for the sign, the minimum space referred to in **Table 4** can be used. Any reduction from the standard spaces should be distributed evenly in the layout.

The use of minimum spaces should be avoided on exterior signs intended for long viewing distances.

Normes d'espacement La disposition des panneaux se fonde sur le « x », l'unité de mesure utilisée dans la signalisation. Chaque élément de communication est disposé en fonction des espaces standard. Voir le **tableau 4** et la **figure 7**.

On peut déroger aux normes d'espacement lorsqu'une disposition doit correspondre à une feuille de dimensions standard, notamment en élargissant les marges du panneau. L'espace supplémentaire doit être réparti également afin de conserver une disposition équilibrée. Lorsque la disposition proposée dépasse légèrement les dimensions prescrites pour un panneau, on peut se servir de l'espace minimal indiqué au **tableau 4**. Les réductions des espaces standard doivent être réparties également.

Il n'est pas recommandé d'utiliser les espaces minimaux sur les panneaux extérieurs lorsque la distance de lecture est grande.

Fig. 7
Positioning of message elements by applying the standard spaces.

Disposition des éléments de la communication en fonction des espaces standard.

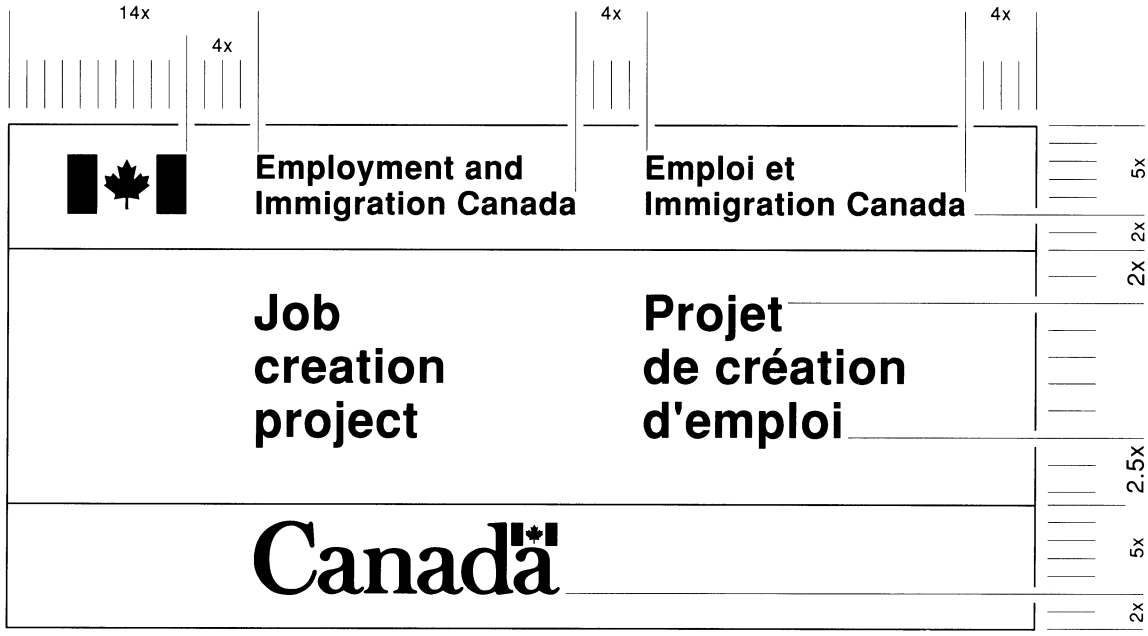


Table 4
Standard spaces

Horizontal spacing in the bands and central area

13x (min. 12x) between left border and left-hand column, when using a one-line signature.

14x (min. 13x) between left border and left-hand column, when using a two-line or three-line signature.

4x between flag symbol and left-hand column.

4x (min. 3x) between left and right-hand column, measured from the end of the longest line.

4x (min. 3x) between longest line of the right-hand column and the right border.

Vertical spacing in the top band

5x between top edge and base line of the signature.

2x between base line of the signature and bottom edge.

Vertical spacing in the central area

2x (min. 1.5x) between the top band and the first message unit.

3x (min. 2.5x) between message units when using one character size only.

4x (min. 3.5x) between message units when using two character sizes in a ratio of 1:1.5. See Note.

5x (min. 4.5x) between message units when using a character size ratio of 1:2. See Note.

2.5x (min. 2x) between the lowest message unit and the bottom band.

Note: The "x" indicated refers to the smaller of the two character sizes.

Vertical spacing in the bottom band

5x between top edge and base line of the wordmark.

2x between the base line of the wordmark and the bottom edge.

Tableau 4
Espaces standard

Espacement horizontal dans les bandes et la zone médiane

13x (min. 12x) entre le bord gauche et la colonne de gauche, lorsqu'on utilise une signature sur une ligne.

14x (min. 13x) entre le bord gauche et la colonne de gauche, lorsqu'on utilise une signature sur deux ou trois lignes.

4x entre le symbole du drapeau et la colonne de gauche.

4x (min. 3x) entre la colonne de gauche et la colonne de droite, à partir de la ligne la plus longue.

4x (min. 3x) entre la ligne la plus longue de la colonne de droite et le bord droit.

Espacement vertical dans la bande supérieure

5x entre le bord supérieur et la ligne de base de la signature.

2x entre la ligne de base de la signature et la limite inférieure de la bande.

Espacement vertical dans la zone médiane

2x (min. 1,5x) entre la bande supérieure et l'élément de communication le plus haut.

3x (min. 2,5x) entre les éléments de la communication lorsqu'on utilise un seul corps de caractère.

4x (min. 3,5x) entre les éléments de la communication dans le cas d'un rapport de corps de 1:1,5. Voir la note.

5x (min. 4,5x) entre les éléments de la communication dans le cas d'un rapport de corps de 1:2. Voir la note.

2,5x (min. 2x) entre l'élément le plus bas et la bande inférieure.

Note: Le nombre de «x» se rapporte au corps de caractère le moins grand.

Espacement vertical dans la bande inférieure

5x entre la limite supérieure de la bande et la ligne de base du mot-symbole.

2x entre la ligne de base du mot-symbole et le bord inférieur.

Signature layout To achieve visual balance between the symbol and the accompanying title, two size relationships have been established. Based on the number of lines used for the signature, these relationships are described below.

One-line signature
The ratio between the character size and the height of the flag symbol is 1:3 (**Fig. 8**). For example, when using the 50 mm character size, the height of the flag symbol must be 150 mm, or 3x.

Two-line signature
The ratio between the character size and the height of the flag symbol is 1:3.4 (**Fig. 9**). For example, when using the 50 mm character size, the height of the flag symbol must be 170 mm, or 3.4x.

Size relationships
Table 5 shows the character size with the corresponding height of the flag symbol using the two ratios referred to above.

Disposition de la signature Deux rapports de grandeur fondés sur le nombre de lignes de la disposition ont été établis afin de créer un équilibre visuel entre le symbole et le titre. Ces rapports sont décrits ci-après.

Signature sur une ligne
Le rapport entre le corps de caractère et la hauteur du symbole du drapeau est de 1:3 (**Fig. 8**). Ainsi, pour un corps de caractère de 50 mm, la hauteur du symbole du drapeau doit être de 150 mm, ou 3x.

Signature sur deux lignes
Le rapport entre le corps de caractère et la hauteur du symbole du drapeau est de 1:3,4 (**Fig. 9**). Ainsi, pour un corps de caractère de 50 mm, la hauteur du symbole du drapeau doit être de 170 mm, ou 3,4x.

Rapports
Le **tableau 5** donne le corps de caractère et la hauteur correspondante du symbole selon les rapports indiqués ci-dessus.

Table 5
Character size and height of flag symbol (in mm)

Tableau 5
Corps de caractère et hauteur du symbole du drapeau (en mm)

One-line signature / Signature d'une ligne				Two-line signature / Signature de deux lignes			
Character size / Corps de caractère	Height of symbol / Hauteur du symbole	Character size / Corps de caractère	Height of symbol / Hauteur du symbole	Character size / Corps de caractère	Height of symbol / Hauteur du symbole	Character size / Corps de caractère	Height of symbol / Hauteur du symbole
10	30	50	150	10	34	50	170
12	36	60	180	12	41	60	204
15	45	80	240	15	51	80	272
20	60	100	300	20	68	100	340
25	75	120	360	25	85	120	408
30	90	150	450	30	102	150	510
40	120	200	600	40	136	200	680

Fig. 8

Fig. 9

Basic layout There are two factors that affect the layout of a sign:

a the need to select a character size appropriate for the sign's viewing distance; and

b the need to assess the economical use of sheet material for the sign's substrate (standard sheet sizes of plywood, card or paper).

An evaluation of both factors at the layout stage should ensure that the sign's message will be legible for the viewer, and that the sign can be produced economically.

Layout methods

A sign layout can be prepared with the aid of a computer or be drawn manually. Regardless of the method used, the basic steps are the same.

Computer-aided layout

A sign layout is prepared by selecting the appropriate design program and entering the message. As required, the preliminary layout is modified to meet general design criteria, such as the relationship between bands and central area, sign proportions and standard sheet sizes.

Manual layout

A manually prepared layout (**Fig. 10**) should follow the steps set out below:

- establish an appropriate character size ratio between the main message, the signature, and any secondary information, **Table 1**;
- lay out the message in the central area of the sign by referring to the standard spaces shown in **Table 4**;
- lay out the signature in the top band, **Table 4**;
- lay out the "Canada" wordmark in the bottom band, **Tables 3 and 4**;
- assess whether the sign layout meets the general design criteria set out under "Relationship between bands and central area" and "Sign proportions";
- modify the layout, if required;
- select the appropriate character size for the main message, **Table 2**;
- determine the approximate sign dimensions by calculating the height and length of the sign on the basis of the number of "x" shown in the layout;
- make any adjustments necessary to fit the layout to a standard sheet size (e.g. spacing, line breaks, or character sizes).

Computer-aided layout

A sign layout is prepared by selecting the appropriate design program and entering the message. As required, the preliminary layout is modified to meet general design criteria, such as the relationship between bands and central area, sign proportions and standard sheet sizes.

Disposition de base La disposition des panneaux dépend de deux éléments:

a la sélection d'un corps de caractère en fonction de la distance de lecture;

b l'évaluation de l'utilisation économique des feuilles de matériau pour le subjectile du panneau (comme des feuilles de contre-plaqué, de carton ou de papier).

On doit évaluer ces deux éléments lorsqu'on établit la disposition pour s'assurer que le message sera bien lisible et que le panneau pourra être produit à peu de frais.

Méthodes de disposition

La disposition peut être faite par ordinateur ou à la main. La marche à suivre dans les deux cas est la même.

Disposition assistée par ordinateur

Il faut d'abord choisir le programme graphique approprié et introduire la communication. Au besoin, on modifie ensuite la disposition initiale de manière à observer les critères généraux de design tels que le rapport entre les bandes et la zone médiane, les proportions des panneaux et les feuilles de dimensions standard.

Disposition manuelle

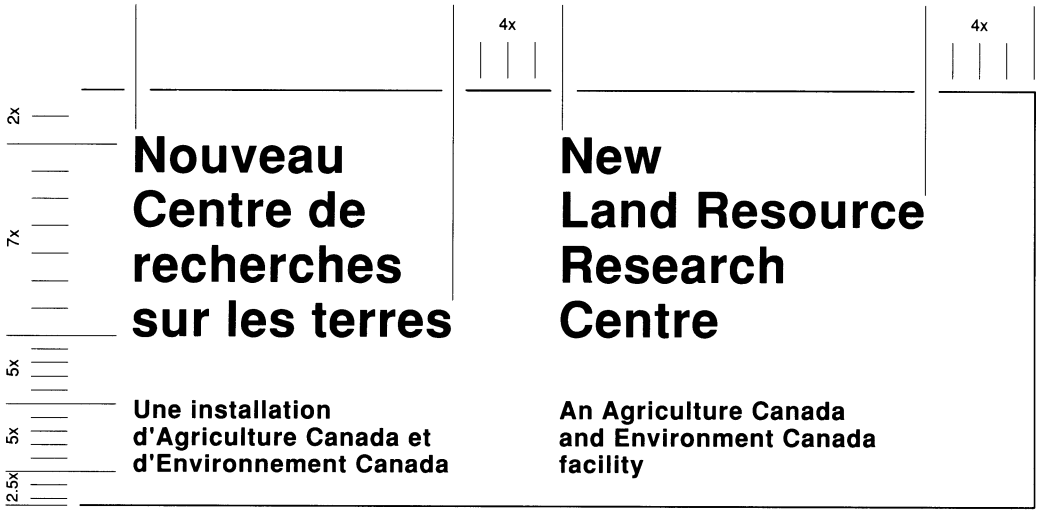
La marche à suivre en ce qui concerne la disposition (**Fig. 10**) est énoncée ci-après:

- établir le rapport de corps entre le message principal, la signature et les renseignements secondaires, **tableau 1**;
- disposer les éléments de la communication dans la zone médiane du panneau en utilisant le nombre de « x » requis, **tableau 4**;
- disposer la signature sur la bande supérieure, **tableau 4**;
- disposer le mot-symbole « Canada » sur la bande inférieure, **tableaux 3 et 4**;
- vérifier si la disposition du panneau correspond aux critères généraux de design des rubriques intitulées: « Rapport entre les bandes et la zone médiane » et « Proportions des panneaux »;
- modifier la disposition, au besoin;
- choisir le corps approprié du message principal, **tableau 2**;
- déterminer les dimensions approximatives du panneau en calculant la hauteur et la longueur en fonction du nombre de « x » indiqués dans la disposition;
- modifier l'espacement, la répartition des lignes ou les corps pour adapter la disposition au dimensions standard du matériau, le cas échéant.

Disposition assistée par ordinateur

Il faut d'abord choisir le programme graphique approprié et introduire la communication. Au besoin, on modifie ensuite la disposition initiale de manière à observer les critères généraux de design tels que le rapport entre les bandes et la zone médiane, les proportions des panneaux et les feuilles de dimensions standard.

Fig. 10
Preparation of a layout. Disposition graphique.



Design variations A variation from the standard may be needed when a project sign must meet special requirements. For example, it may be desirable to use an illustration depicting the building project, or a graphic device that reinforces the message (**Fig. 11**). Such requirements can normally be met without deviating from the basic intent of the design standards. However, variations in the use of colour or typeface are not permitted without prior consultation with the Administrative Policy Branch of Treasury Board Secretariat.

Variations par rapport aux normes graphiques Il peut être nécessaire de déroger à ces normes lorsqu'un panneau de projet doit répondre à des besoins particuliers. Par exemple, un panneau peut comporter une illustration du projet ou un élément graphique appuyant le message (**Fig. 11**). Habituellement, on peut répondre à ces besoins tout en respectant l'objet des normes. Toutefois, il faut consulter la Direction de la politique administrative du Secrétariat du Conseil du Trésor avant d'employer des couleurs ou des caractères qui dérogent aux normes.

Fig. 11
Acceptable variation from the standard design.

Écart acceptable par rapport à la norme graphique.

Employment and Immigration Canada
Emploi et Immigration Canada
A Canadian Job Strategy Project
...working opportunities for people
Un projet de la Planification de l'emploi
...pour réaliser notre plein potentiel
Canada

Standard colours A range of standard colours has been adopted for project signs and shall be used as indicated below.

Top and bottom bands
The federal organization that sponsors the program or project can choose one of these four colours: blue, FIP red, green or yellow-orange. Generally, an organization would adopt the same colour for all of its project signs.

The contrasting colour used for the signature and wordmark is white.

Central area
The message shall appear in black on the white background that forms the central area of the sign.

Specifications for screen process printing

The numbers refer to colours shown in CGSB 1-GP-12, *Standard Paint Colours*.

Blue: 502-204

FIP red: 509-211

Green: 503-207

Yellow-orange: to be developed

Specifications for offset printing

Blue: Pantone 301

FIP red: General Printing Ink, 0-712; Inmont Canada Ltd., 4T51577; Monarch Inks, 62539/0; or Sinclair and Valentine, RL163929/0

Green: Pantone 348

Yellow-orange: Pantone 144

Couleurs standard Une gamme de couleurs standard a été adoptée pour les panneaux de projet et doit être utilisée comme suit.

Bandes supérieure et inférieure
L'organisme fédéral qui parraine un programme ou un projet peut choisir entre ces quatre couleurs: le bleu, le rouge du PCIM, le vert ou le jaune-orange. En principe, un organisme devrait se servir de la même couleur pour tous ses panneaux de projet.

La couleur contrastante utilisée pour la signature et le mot-symbole est le blanc.

Zone médiane
La communication sera inscrite en noir sur le fond blanc qui constitue la zone médiane des panneaux.

Spécifications pour l'impression par sérigraphie

Les numéros se rapportent aux couleurs indiquées dans la norme 1-GP-12, *Couleurs étalons des peintures*.

Bleu: 502-204

Rouge du PCIM: 509-211

Vert: 503-207

Jaune-orange: en voie d'élaboration

Spécifications pour l'impression par offset

Bleu: Pantone 301

Rouge du PCIM: General Printing Ink, n° 0-712; Inmont Canada Ltée, n° 4T51577; Monarch Inks, n° 62539/0; ou Sinclair and Valentine n° RL163929/0

Vert: Pantone 348

Jaune-orange: Pantone 144

Material requirements

Project signs are produced from a variety of materials. Advice on their use is available from the Canadian Government Expositions Centre of Supply and Services Canada.

General criteria for materials are set out in CGSB 109-GP-5M, *Signage Materials, Interior and Exterior*. Where applicable, project signs shall conform to this standard.

Reproduction of symbols
When preparing films or other items needed for reproduction, the original artwork of the flag symbol and the "Canada" wordmark should be used. The Administrative Policy Branch of the Treasury Board Secretariat keeps the original artwork and will provide it upon request.

Besoins en matériaux

Divers types de matériaux sont utilisés pour la fabrication des panneaux de projet. Pour tout renseignement à ce sujet, s'adresser au Centre des expositions du gouvernement canadien, Approvisionnements et Services Canada.

Les critères généraux ayant trait à l'utilisation de ces matériaux sont énoncés dans la norme 109-GP-5M de l'ONGC, *Matériaux de signalisation intérieure et extérieure*. Le cas échéant, les panneaux de projet doivent être conformes à cette norme.

Reproduction des symboles
Au moment de préparer les pellicules ou les autres articles nécessaires à la reproduction, il faut employer les maquettes originales du symbole du drapeau et du mot-symbole « Canada ». La Direction de la politique administrative du Secrétariat du Conseil du Trésor conserve les maquettes et les fournira sur demande.

Treasury Board of Canada Secretariat

Conseil du Trésor du Canada Secrétariat

Federal Identity Program Manual

Manuel du Programme de coordination de l'image de marque

Signage typeface

Caractère de signalisation

January 1988

Janvier 1988

4.5

Canada

Table of contents

Introduction 3
Visual criteria 3
Scope 3
Enquiries 3

The typeface 4

The system of measurement 4
The character spacing system 5

Assembly of characters 7

Spacing characters manually 7
Computer-generated spacing 10
Tiles to assemble characters 10
Space between words, lines, columns 11
Vertical alignment of lines 12

Using the system 14

Calculating line length and sign dimensions 14
Assessing alternative character sizes 16

Appendix A 18

The signage typeface 18

Appendix B 22

Use of UPPERCASE and numerals for codes and abbreviations 22

Tables

1 Character size and unit width 5
2 Viewing distance and character size 5
3a Data summary for upper and lower case characters 6
3b Data summary for numerals and punctuation marks 7
4a Inter-character spaces for upper and lower case characters 8
4b Inter-character spaces for numerals 9
5 Assessing alternative character sizes 16

Table des matières

Introduction 3
Critères visuels 3
Portée 3
Demandes de renseignements 3

Le caractère 4

Système de mesure 4
Système d'espacement des caractères 5

Assemblage des charactères 7

Espacement manuel des caractères 7
Espacement informatisé 10
Carreaux pour l'assemblage des caractères 10
Espacement des mots, des lignes, des colonnes 11
Alignement vertical des lignes 12

Emploi du système 14

Calcul de la longueur des lignes et des dimensions du panneau 14
Évaluation des corps de rechange 16

Appendice A 18

Le caractère de signalisation 18

Appendice B 22

Emploi des MAJUSCULES et des chiffres pour les codes et les abréviations 22

Tableaux

1 Corps des caractères et largeur unitaire 5
2 Distance de lecture et corps des caractères 5
3a Données récapitulatives des caractères majuscules et minuscules 6
3b Données récapitulatives des chiffres et signes de ponctuation 7
4a Espacement des caractères majuscules et minuscules 8
4b Espacement des chiffres 9
5 Calcul des corps des caractères de rechange 16

Introduction This section sets out the design of the signage typeface and describes the spacing system to be used. The typeface was adopted to provide a graphic standard for the government's signage system and to achieve consistency in the production of signs. Chapter 470, "Federal Identity Program" of the *Administrative Policy Manual*, outlines the application of these design standards.

Computer-aided design

The unit system of the signage typeface makes it highly suitable for computer-aided design applications. Programs can be designed that make the assembly of characters or the production of sign layouts much more efficient than manual methods.

Use of pre-spaced legends

When multiples of a particular signature or message are required, using pre-spaced legends is generally more economical than having to assemble each individual signature or message. The term "pre-spaced legend" refers to a product that consists of die-cut characters positioned on a carrier sheet, ready to be applied to a substrate.

Visual criteria The character spacing system was developed to achieve optimum legibility of messages under normal viewing conditions. This means those conditions generally found in and around government facilities.

The system was designed for sign messages that are viewed under available ambient light, and is therefore not intended for signs that are internally illuminated or fabricated of retro-reflective materials. Because the irradiation associated with such signs reduces legibility, the space between characters should be increased proportionally to compensate for this optical effect. Depending on the degree of irradiation, the space may need to be 50 to 80 per cent greater than the data on character spacing shown in this section.

Design of the typeface

The FIP signage typeface is based on Helvetica medium. Variances in stroke width and design detail make other versions of Helvetica medium visually incompatible when combined with the FIP signage typeface. In view of the need for consistency when revising or updating messages, the FIP signage typeface should be used for the production of all signs.

Scope Guidelines and specifications set out the requirements on the use of the FIP signage typeface, which is specified for all signs and for the markings of vehicles, aircraft and watercraft.

Enquiries Advice regarding the use of the FIP signage typeface and its spacing system is available from the Administrative Policy Branch of the Treasury Board Secretariat. This office also keeps the original artwork of the typeface.

Introduction Cette section décrit le design du caractère de signalisation et le système d'espacement à utiliser. Ce caractère a été adopté de manière à doter le système de signalisation fédéral d'une norme graphique et à uniformiser la production de panneaux. Le chapitre 470 intitulé « Programme de coordination de l'image de marque » du *Manuel de la politique administrative* traite de l'application de ces normes graphiques.

Conception informatisée

Le système d'unités du caractère de signalisation convient bien aux applications de conception informatisée. On peut concevoir des programmes qui permettent d'assembler des caractères ou de produire des projets de panneaux beaucoup plus efficacement qu'en se servant de méthodes manuelles.

Emploi de légendes espacées à l'avance

Lorsqu'on a besoin de multiples d'une signature ou d'un message, l'emploi de légendes espacées à l'avance est habituellement moins coûteux que l'assemblage de chaque signature ou message. L'expression « légendes espacées à l'avance » désigne un produit qui comprend des caractères découpés à l'emporte-pièce, disposés sur une feuille porteuse et prêts à être appliqués sur un support.

Critères visuels Le système d'espacement des caractères a été mis au point afin d'assurer la lisibilité optimale des messages dans des conditions de visibilité normale, c'est-à-dire celles qui existent dans les installations fédérales et leurs environs.

Comme le système a été conçu pour les messages de panneaux qui sont perçus à la lumière ambiante, il ne convient pas aux panneaux qui sont illuminés de l'intérieur ou fabriqués de matériaux rétroréfléchissants. L'irradiation diminuant la lisibilité, il faut augmenter l'espace entre les caractères de manière à compenser cet effet d'optique. Compte tenu de l'irradiation, l'espace pourra être de 50 à 80 pour cent plus grand que les données sur l'espacement des caractères présentées dans cette section.

Design du caractère

Le caractère de signalisation du PCIM est fondé sur l'Helvetica demi-gras. Les différences de largeur du trait et des détails de conception rendent d'autres versions de l'Helvetica demi-gras incompatibles visuellement lorsqu'elles figurent avec le caractère de signalisation du PCIM. Étant donné que les panneaux doivent être revisés ou mis à jour dans une optique d'uniformisation, il faudrait se servir du caractère de signalisation du PCIM pour produire les panneaux.

Portée Des lignes directrices et des spécifications précisent les modalités d'emploi du caractère de signalisation du PCIM, obligatoire pour tous les panneaux et le marquage des véhicules, des aéronefs et des embarcations.

Demandes de renseignements La Direction de la politique administrative du Secrétariat du Conseil du Trésor offre des conseils concernant l'emploi du caractère de signalisation du PCIM et de son système d'espacement. Ce service conserve également les maquettes du caractère.

The typeface

The typeface includes all characters commonly used in sign messages; the letters, numerals, symbols and punctuation marks are shown in Appendix A.

When preparing dies, film strips, or other items needed for reproduction, the original artwork of the typeface should be used (see "Enquiries").

Symbols of the FIP

Generally, the signage typeface is used with the corporate symbols of the FIP. The use of these symbols is described in Section 1.1, "Design" and their application is set out in 4.2, 4.3 or 4.4.

Directional arrow

For the design of the standard directional arrow and the guidelines on its use refer to Section 4.3, "Common-use and operational signs."

The system of measurement The unit is the basic measure of the typeface. It is an arbitrary measurement based on the division of the x-height into 50 equal portions. The unit serves to measure the width of individual characters, and the space between adjoining characters and words. The actual measure varies according to the character size in use **(Fig. 1)**.

Character size

The character size is based on the x-height and is measured in millimetres. The standard character sizes with their corresponding unit widths are indicated in **Table 1**.

See Section 4.1 for guidelines on the selection of character size based on the viewing distance. For the convenience of the reader, the basic data on viewing distance have been included here as well (see **Table 2**).

Le caractère

Le caractère comprend tous les signes habituellement utilisés dans les messages de panneaux; les lettres, les chiffres, les symboles et les signes de ponctuation figurent à l'appendice A.

Au moment de préparer les emporte-pièce, les pellicules ou les autres articles nécessaires à la reproduction, il faut employer la maquette du caractère (voir « Demandes de renseignements »).

Symboles du PCIM

En général, le caractère de signalisation est employé avec les symboles d'image de marque du PCIM dont l'emploi est décrit à la section 1.1 intitulée « Design »; leurs règles d'application sont exposées dans les sections 4.2, 4.3 ou 4.4.

La flèche

En ce qui concerne la flèche standard et les lignes directrices régissant son application, consulter la section 4.3 intitulée « Panneaux d'usage courant et fonctionnels ».

Système de mesure L'unité, mesure de base du caractère, est une mesure arbitraire fondée sur la répartition de la hauteur « x » en cinquante parties égales. L'unité sert à mesurer la largeur des caractères particuliers de même que l'espace entre les caractères ou les mots contigus. La mesure varie en fonction de la force de corps employée **(Fig. 1)**.

Corps des caractères

Le corps des caractères est fondé sur la hauteur « x » et est mesuré en millimètres. Les corps des caractères standard et les largeurs unitaires correspondantes figurent au **tableau 1**.

La section 4.1 précise les lignes directrices régissant le choix du corps, en fonction de la distance de lecture. Pour des raisons de commodité, les données principales sur la distance de lecture ont été incluses ici également (voir le **tableau 2**).

Fig. 1
The x-height equals 50 units.
La hauteur « x » correspond à 50 unités.

Fig. 2
The unit value of a character.
La valeur unitaire d'un caractère.

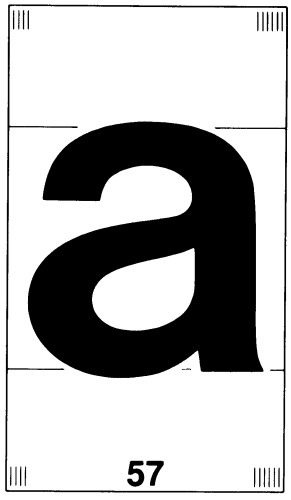


Table 1
Character size and unit width (in mm)

Tableau 1
Corps de caractère et largeur unitaire (en mm)

Character size / Corps de caractère	Unit width / Largeur unitaire	Character size / Corps de caractère	Unit width / Largeur unitaire	Character size / Corps de caractère	Unit width / Largeur unitaire
5	0.1	20	0.4	80	1.6
6	0.12	25	0.5	100	2.0
8	0.16	30	0.6	120	2.4
10	0.2	40	0.8	150	3.0
12	0.24	50	1.0	200	4.0
15	0.3	60	1.2		

Table 2
Viewing distance and character size

Tableau 2
Distance de lecture et corps de caractère

Viewing distance / Distance de lecture	Character size / Corps de caractère	Viewing distance / Distance de lecture	Character size / Corps de caractère	Viewing distance / Distance de lecture	Character size / Corps de caractère
1 m	5 mm	12 m	20 mm	48 m	80 mm
2 m	6 mm	15 m	25 mm	60 m	100 mm
4 m	8 mm	18 m	30 mm	72 m	120 mm
6 m	10 mm	24 m	40 mm	90 m	150 mm
7 m	12 mm	30 m	50 mm	120 m	200 mm
9 m	15 mm	36 m	60 mm		

Note: See section 4.1 for guidelines on the selection of character sizes.

Note: La section 4.1 précise les lignes directrices régissant le choix du corps de caractère.

The character spacing system This system controls the space between characters and is based on the unit value, a number which represents the width of a specific character including a space on either side (**Fig. 2**). As mentioned above, the actual measure of the unit value varies according to the character size in use.

The data that indicate how the unit value for each character is constructed is presented in **Table 3**. The application of the character spacing system and the methods that can be used are described below.

Système d'espacement des caractères Ce système, qui sert à contrôler l'espace entre les caractères, est fondé sur la valeur unitaire, c'est-à-dire le nombre qui représente la largeur d'un caractère particulier et de l'espace de chaque côté (**Fig. 2**). Comme on l'a mentionné, la mesure réelle de cette valeur unitaire varie selon le corps utilisé.

Le **tableau 3** présente les données nécessaires pour calculer la valeur unitaire de chaque caractère. L'application du système d'espacement des caractères et les méthodes qui peuvent être employées sont décrites ci-dessous.

Table 3a
Data summary for upper and lowercase characters

Tableau 3a
Données récapitulatives sur les caractères majuscules et minuscules

Units preceding / Unités qui précèdent	Character	Character width / Largeur du caractère	Units following / Unités qui suivent	Unit value / Valeur unitaire
4	a	47	6	57
7	b	50	4	61
4	c	48	3	55
4	d	49	7	60
4	e	50	4	58
2	f	30	3	35
4	g	49	7	60
7	h	45	6	58
7	i	13	7	27
1	j	21	7	29
7	k	49	1	57
7	l	13	7	27
6	m	74	6	86
6	n	45	6	57
4	o	52	4	60
6	p	49	4	59
4	q	49	7	60
6	r	29	2	37
4	s	45	4	53
2	t	30	3	35
6	u	45	6	57
1	v	47	1	49
1	w	73	1	75
1	x	50	1	52
1	y	49	1	51
2	z	43	2	47
4	æ	82	4	90
4	œ	87	4	95
0	A	63	-2	61
7	B	56	6	69
4	C	64	2	70
7	D	58	4	69
7	E	52	6	65
7	F	50	0	57
4	G	64	6	74
7	H	56	7	70
7	I	14	7	28
0	J	44	7	51
7	K	60	-2	58
7	L	48	2	57
7	M	70	7	84
7	N	57	7	71
4	O	67	4	75
7	P	52	2	61
4	Q	67	4	75
7	R	55	6	68
4	S	58	4	66
0	Th	58	0	58
0	Te	58	-6	52
7	U	56	7	70
0	V	61	-2	59
0	W	89	-2	87
1	X	61	1	63
0	Y	59	-2	57
1	Z	58	1	60

Table 3b
Data summary for numerals and punctuation marks

Tableau 3b
Données récapitulatives sur les chiffres et signes de ponctuation

Units preceding / Unités qui précèdent	Character	Character width / Largeur du caractère	Units following / Unités qui suivent	Unit value / Valeur unitaire
2	1	32	8	42
3	2	49	3	55
4	3	52	7	63
2	4	54	3	59
6	5	53	6	65
6	6	53	6	65
2	7	49	2	53
7	8	53	7	67
6	9	54	6	66
5	0	56	5	66
4	?	50	6	60
6	!	14	10	30

Units preceding / Unités qui précèdent	Character	Character width / Largeur du caractère	Units following / Unités qui suivent	Unit value / Valeur unitaire
6	.	14	10	30
6	,	14	10	30
6	-	27	6	39
6	–	50	6	62
6	:	14	10	30
6	;	14	10	30
6	'	13	10	29
10	“	36	6	52
6	”	36	10	52
10	«	34	6	50
6	»	34	10	50
0	/	41	0	41

Units preceding / Unités qui précèdent	Character	Character width / Largeur du caractère	Units following / Unités qui suivent	Unit value / Valeur unitaire
10	(	21	6	37
6	)	21	10	37
0	●	40	10	50
6	*	27	10	43
6	$	55	6	67
6	%	63	10	79
6	&	62	6	74

full space	espace normal	35
medium space	demi espace	25
small space	espace maigre	15

Assembly of characters

Several methods are used to assemble characters. All derive from the spacing system but each is suited to different conditions. Factors such as character size, type of equipment and method of reproduction determine the choice of one of the following methods for producing sign messages.

Spacing characters manually This basic method involves the use of **Table 4**, which indicates the inter-character space in number of units. This space is measured and each character is positioned accordingly. In view of the relatively small spaces that may have to be measured, this method is practical only with the larger character sizes (e.g. 50 mm and up).

Normally, the characters are positioned with the aid of grid paper which indicates the space between lines.

Assemblage des caractères

L'assemblage des caractères se fait selon diverses méthodes, toutes dérivées du système d'espacement, mais conçues pour répondre à différentes situations. Les éléments tels que le corps, le genre d'équipement et la méthode de reproduction permettent de choisir l'une des méthodes suivantes pour produire les messages des panneaux.

Espacement manuel des caractères Cette méthode de base suppose le recours au **tableau** 4 qui permet de calculer l'espace entre les caractères en nombre d'unités. L'espace est d'abord mesuré, puis chaque caractère est placé en conséquence. Étant donné l'espace relativement petit qu'il faudra peut-être mesurer, cette méthode n'est pratique que si elle est employée avec des caractères de corps important (par ex. d'au moins 50 mm).

Habituellement, les caractères sont placés à l'aide d'une grille qui indique l'espace entre les lignes.

Table 4a
Inter-character spaces for upper and lowercase characters (in units)

Tableau 4a
Espacement des caractères majuscules et minuscules (en unités)

Units preceding / Unités qui précèdent Units following / Unités qui suivent		a c d e g o q s	b h i k l	f t z	j v w x y	m n p r u
		4	7	2	1	6
a h m n u	6	10	13	8	7	12
b e o p s	4	8	11	6	5	10
c f t	3	7	10	5	4	9
d g i j l q	7	11	14	9	8	13
k v w x y	1	5	8	3	2	7
r z	2	6	9	4	3	8
A K V W Y	-2	2	5	0	-1	4
B E G R	6	10	13	8	7	12
C L P	2	6	9	4	3	8
D O Q S	4	8	11	6	5	10
F	0	4	7	2	1	6
H I J M N U	7	11	14	9	8	13
T	*	-2	7	2	-5	0
X Z	1	5	8	3	2	7

* See Table 3 for details.

* Voir le Tableau 3 pour les précisions.

Table 4b
Inter-character spaces for numerals (in units)

Tableau 4b
Espacement des chiffres (en unités)

Units following / Unités qui suivent		**1 4 7**	**2**	**3**	**5 6 9**	**8**	**0**
Units preceding / Unités qui précèdent		2	3	4	6	7	5
1	8	10	11	12	14	15	13
2 4	3	5	6	7	9	10	8
3 8	7	9	10	11	13	14	12
5 6 9	6	8	9	10	12	13	11
7	2	4	5	6	8	9	7
0	5	7	8	9	11	12	10

How to use Table 4

The inter-character space shown in **Table 4** represents the total of the "units following" one character and the "units preceding" the next character. The inter-character space is expressed in number of units. To convert units into millimetres, refer to **Table 1** to find the width of one unit in any given character size.

To find the space between characters, locate the first character in the left-hand column and the one that follows in the row above. The intersecting field shows the number of units required. For example, an uppercase "G" followed by a lowercase "o" will require a space of 10 units in between. See **Fig. 3**.

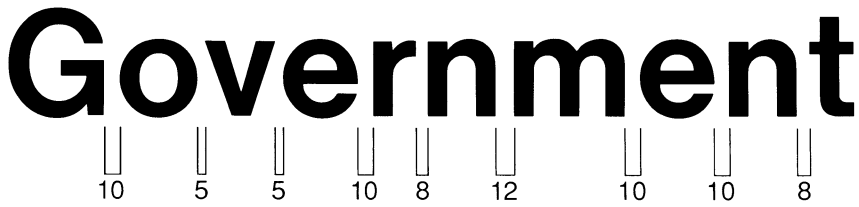
Emploi du tableau 4

Les données sur l'espace entre les caractères figurant dans le **tableau 4** représentent la somme des « unités qui suivent » un caractère et des « unités qui précèdent » le prochain caractère. L'espace entre les caractères est exprimé en nombre d'unités. Pour transposer les unités en millimètres, il faut se reporter au **tableau 1** pour trouver la largeur unitaire d'un corps de caractère donné.

Pour calculer l'espace entre deux caractères contigus, trouver le premier caractère dans la colonne de gauche et celui qui le suit dans la rangée supérieure; le nombre d'unités requises figure au point de recoupement. Par exemple, entre le « G » majuscule et le « o » minuscule, il faut un espace de 10 unités. Voir **Fig. 3**.

Fig. 3
Application of inter-character spaces.

Espacement des caractères.



Spacing characters visually

Although the inter-character spaces should be measured with a ruler, a person can acquire the skill to space characters visually and achieve satisfactory results. This applies to the smaller character sizes in particular (e.g. up to 50 mm). To verify that inter-character spacing is accurate and consistent enough, appropriate checks should be made. This may be done by measuring the length of a line of text that has been spaced visually and comparing it with the results of calculations using the unit values of the particular characters in that line.

Computer-generated spacing A variety of output devices that either set type or cut letters can be used to generate characters and the space in between. Organizations planning to use such an output device should assess whether it can be adapted to accommodate the FIP signage typeface.

In order to use the FIP typeface with a particular output device, each character must be fitted into the unit system of the equipment concerned. See "Enquiries" for the availability of the original artwork.

Tiles to assemble characters The term "tile" refers to a product that consists of a die-cut character positioned on backing paper that is trimmed to include the prescribed space on either side of the character. When assembling characters, the individual tiles are simply butted to form words (**Fig. 4**). The result is an accurately spaced message.

Espacement visuel des caractères

Même si les espaces entre les caractères devraient être mesurés avec une règle, une personne peut apprendre à espacer les caractères visuellement et obtenir des résultats satisfaisants. C'est le cas en particulier des corps de caractères moins grands (jusqu'à 50 mm). Pour s'assurer que l'espacement des caractères est exact et uniforme, il faudrait faire les vérifications pertinentes. Une méthode serait de mesurer la longueur d'une ligne de texte qui a été espacée visuellement et de la comparer aux résultats des calculs faits à l'aide des valeurs unitaires s'appliquant aux caractères particuliers de cette ligne.

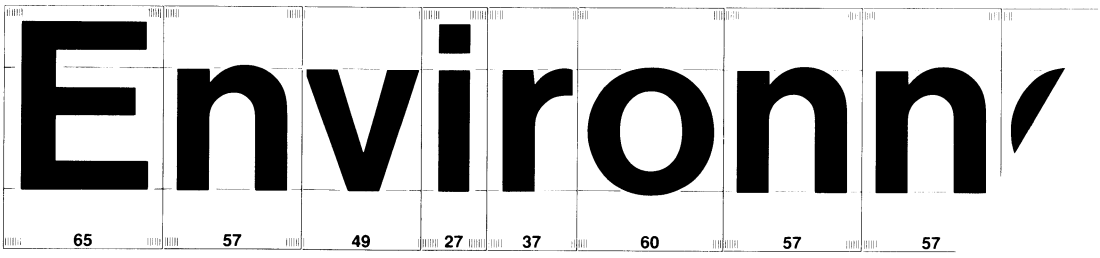
Espacement informatisé Il existe de nombreuses unités de sortie servant à la composition ou au découpage des caractères qui peuvent être employées pour produire les caractères et les espacer. Les organismes qui envisagent d'utiliser de telles unités de sortie devraient vérifier si elles sont adaptables au caractère de signalisation du PCIM.

Pour se servir du caractère du PCIM avec une unité de sortie quelconque, il faut placer chaque caractère dans le système d'unités du matériel en question. Se reporter à la section « Demandes de renseignements » en ce qui concerne la disponibilité des maquettes du caractère.

Carreaux pour l'assemblage des caractères Le terme « carreau » désigne un produit comprenant un caractère découpé à l'emporte-pièce et son support de papier, lequel est rogné de manière à comprendre l'espace requis de chaque côté du caractère. Lors de l'assemblage des caractères, les carreaux particuliers sont simplement aboutés de manière à former des mots (**Fig. 4**), ce qui donne un message correctement espacé.

Fig. 4
Use of tiles to assemble characters.

Assemblage des caractères à l'aide de carreaux.



Space between words, lines, columns The following rules apply in general, regardless of the method of character assembly used.

Space between words, punctuation marks and special characters
One of three measures (**Fig. 5**) is used to control the space between words, punctuation marks and special characters. These measures are:

- 35 units for a full space;
- 25 units for a medium space;
- 15 units for a small space.

When inserting these spaces, principles of good typographic practice should be followed. The conventions of the two official languages need to be observed.

The examples show the different spaces in a particular context (**Fig. 6**).

Espacement des mots, des lignes, des colonnes Les règles suivantes s'appliquent de façon générale, peu importe la méthode d'assemblage de caractères utilisée.

Espacement des mots, des signes de ponctuation et des caractères spéciaux
Pour contrôler l'espace entre les mots, les signes de ponctuation et les caractères spéciaux, l'une des trois mesures suivantes (**Fig. 5**) devrait être utilisée:

- 35 unités pour un espace normal;
- 25 unités pour un demi-espace;
- 15 unités pour un espace maigre.

Pour insérer ces espaces, il faut s'inspirer des principes et des pratiques typographiques reconnus. L'observation des conventions des deux langues officielles s'impose.

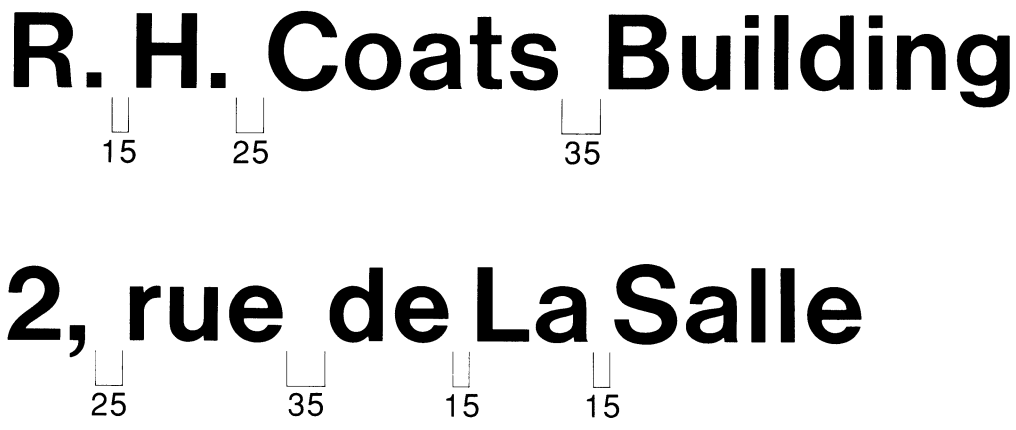
Les exemples illustrent l'emploi des différents espaces dans un contexte particulier (**Fig. 6**).

Fig. 5
The full, medium, and small space (35, 25 and 15 units).

L'espace normal, le demi-espace et l'espace maigre (35, 25 et 15 unités).

Fig. 6
Applying the different spaces to achieve appropriate relationships among the elements.

Emploi de différents espaces pour établir les rapports appropriés entre les éléments.



Spacing of lines
The spacing of lines is measured from baseline to baseline. It equals 2x (**Fig. 7**).

Space between columns
The space between the left and right-hand columns is measured in number of "x". For guidance on the standard spaces used in sign layouts refer to the manual sections dealing with specific types of signs.

Vertical alignment of lines The vertical alignment of different lines of text must make allowances for the particular shape of the first character of each line. Any characters that have straight vertical strokes (e.g. B, D, E, b, k, l, m, etc.) align perfectly, of course, but characters with a rounded or angular shape must be aligned optically, otherwise the characters do not appear to lign up.

Optical alignment
Optical alignment is normally achieved by manually adjusting the position of the first character, if required. Any character with a rounded or angular shape should extend slightly beyond the start line (**Fig. 8**).

Adjusting the unit values
Optical alignment may also be achieved by using an output device, and programming it to subtract a certain number of units from the unit value of the first character in a line.

For example, the unit value of the letter "E" is constructed of 7+52+6 units. Therefore the 7 units at the left of the character need to be subtracted. In the case of a "C", which has a unit value of 4+64+2, the adjustment consists of subtracting the 4 units to the left of the character and an additional 2 units to account for the portion of the "C" that must extend beyond the start line. This results in an adjusted unit value of 62+2. The number of units to be subtracted is summarized below.

To achieve optical alignment of the first character of a line, the character's unit value should be adjusted as follows:

- subtract 3 units from **j v w x y z J T Z**
- subtract 4 units from **f t A V W X Y**
- subtract 6 units from **a c d e g m n o p q r s u C G O Q S**
- subtract 7 units from **b h i k l B D E F H I K L M N P R U**

Espacement des lignes
L'espacement des lignes est mesuré d'une ligne de base à l'autre; il correspond à 2x (**Fig. 7**).

Espacement des colonnes
L'espace entre la colonne de gauche et celle de droite est mesuré en nombre de « x ». Les sections du manuel qui traitent des types particuliers de panneaux donnent des directives sur les normes d'espacement à utiliser pour les projets de panneaux.

Alignement vertical des lignes L'alignement vertical des différentes lignes d'un texte doit tenir compte de la forme particulière du premier caractère de chaque ligne. Les caractères à trait vertical droit (par ex. B, D, E, b, k, l, m) s'alignent parfaitement bien sûr; les caractères à forme arrondie ou angulaire doivent être alignés optiquement. Autrement, ils donneraient l'impression dû ne pas être alignés du tout.

Alignement optique
D'ordinaire, l'alignement optique se fait en déplaçant, au besoin, le premier caractère. Tout caractère à forme arrondie ou angulaire devrait dépasser légèrement le début de la ligne (**Fig. 8**).

Ajustement des valeurs unitaires
L'alignement optique peut également se faire à l'aide d'une unité de sortie qui est programmée pour soustraire un certain nombre d'unités de la valeur unitaire du premier caractère de la ligne.

Par exemple, comme la valeur unitaire de la lettre « E » est constituée de 7+52+6 unités, il faut donc soustraire 7 unités à la gauche du caractère. Dans le cas d'un « C », qui a une valeur unitaire de 4+64+2, l'ajustement consiste à soustraire les 4 unités à la gauche du caractère et 2 autres unités pour tenir compte de la partie du « C » qui doit dépasser le début de la ligne, ce qui donne une valeur unitaire rajustée de 62+2. Le nombre d'unités à soustraire est résumé ci-dessous.

Pour obtenir l'alignement optique du premier caractère d'une ligne, il faudrait rajuster la valeur unitaire du caractère de la façon suivante:

- soustraire 3 unités de **j v w x y z J T Z**
- soustraire 4 unités de **f t A V W X Y**
- soustraire 6 unités de **a c d e g m n o p q r s u C G O Q S**
- soustraire 7 unités de **b h i k l B D E F H I K L M N P R U**

Fig. 7
Spacing of lines. Espacement des lignes.

Fig. 8
Optical alignment of first characters. Alignement optique des premiers caractères.

Using the system

In addition to providing a standard for inter-character spacing, the system of measurement is also useful for calculating sign dimensions. Whether the sign layout and character assembly is a manual or computer-aided process, the unit system can be used for calculating the length of a line, the space occupied by a message, and the total dimensions of a sign.

Calculating line length and sign dimensions To pre-determine the length of a line of text, the unit values of the individual characters, including any word spaces, must be added together. (See **Table 3**.) By dividing the total of the unit values by 50, the number of "x" occupied by that line of text can be determined. To convert the number of "x" into millimetres, the character size being used is multiplied by the number of "x".

Calculating the dimensions of the sign shown in figure 9
Refer to Section 4.2 for details on layout and standard spaces. Two character sizes were chosen for this particular sign: 20 mm for the federal signature and 30 mm for the message "Canadian Wildlife Service". The calculations are as follows:

Sign length

a Establish the longest line in each column (i.e. "Canadian" and "de la faune"). By referring to **Table 3**, add the unit value of each character in the word "Canadian" as follows: C(70 - 4 = 66), a(57), n(57), a(57), d(60), i(27), a(57), n(57 - 6 = 51); the total is 432 units. To convert the units into number of "x", divide by 50: **432 ÷ 50 = 8.6x**. To convert the number of "x" into millimetres, multiply by 30 mm, the character size used for the word "Canadian": **8.6 x 30 = 258 mm**.

Similarly, calculate the length of "de la faune", which comes to a total of **318 mm**.

Add the subtotals: **258 + 318 = 576 mm**

b According to the tables in Section 4.2, 14x are required for the left margin. Multiply that number by the character size used for "Environment Canada" (20 mm): **14 x 20 = 280 mm**

4x are required between the two columns. Multiply that number by the character size used for "Canadian" (30 mm): **4 x 30 = 120 mm**

4x are required for the right margin. Multiply that number by the character size used for "de la faune" (30 mm): **4 x 30 = 120 mm**

Add the subtotals: **280 + 120 + 120 = 520 mm**

c Determine the sign length by adding **a** and **b**: **576 + 520 = 1096 mm**

Sign height

d According to the tables in Section 4.2, 5.5x are required between the sign's top edge and the baseline of the signature, and between the baseline of the signature and the baseline of "Canadian". Add these spaces: **5.5 + 5.5 = 11x**, and multiply the total by the character size used for the signature (20 mm): **11 x 20 = 220 mm**

Emploi du système

En plus de servir de norme à l'espacement des caractères, le système de mesure sert à calculer les dimensions des panneaux. Peu importe que le projet de panneau ou l'assemblage des caractères se fasse manuellement ou par ordinateur, le système d'unités peut servir à calculer la longueur de la ligne, l'espace occupé par le message et les dimensions globales d'un panneau.

Calcul de la longueur des lignes et des dimensions du panneau Pour calculer à l'avance la longueur d'une ligne de texte, il faut additionner les valeurs unitaires de chaque caractère, sans oublier les espaces entre les mots (voir **tableau 3**). En divisant le total des valeurs unitaires par 50, on peut déterminer le nombre de « x » qu'occupe cette ligne de texte. Pour convertir le nombre de « x » en millimètres, le corps utilisé doit être multiplié par le nombre de « x ».

Calcul des dimensions du panneau illustré à la figure 9
La section 4.2 donne des précisions sur la disposition graphique et les espaces standard. Ce panneau particulier comporte deux corps: 20 mm pour la signature fédérale et 30 mm pour le message « Service canadien de la faune ». Le calcul peut se faire de la façon suivante:

Longueur du panneau

a Établir la ligne la plus longue de chaque colonne (c.-à-d. « Canadian » et « de la faune »). A l'aide du **tableau 3**, additionner la valeur unitaire de chaque caractère dans le mot « Canadian » de la façon suivante:C(70 - 4 = 66), a(57), n(57), a(57), d(60), i(27), a(57), n(57 - 6 = 51); le total donne 432 unités. Pour convertir ces unités en nombre de « x », diviser par 50: **432 ÷ 50 = 8,6x**. Pour convertir le nombre de « x » en millimètres, multiplier par 30 mm, c'est-à-dire par le corps utilisé pour le mot « Canadian »: **8,6 x 30 = 258 mm**

De la même façon, il faut calculer la longueur de l'expression « de la faune », ce qui donne un total de **318 mm**

Additionner les sous-totaux: **258 + 318 = 576 mm**

b Selon les tableaux à la section 4.2, la marge gauche nécessite 14x. Multiplier ce nombre par le corps employé pour l'expression « Environment Canada » (20 mm): **14 x 20 - 280 mm**

Il faut un espace de 4x entre les deux colonnes. Multiplier ce nombre par le corps utilisé pour le mot « Canadian » (30 mm): **4 x 30 = 120 mm**

Il faut un espace de 4x pour la marge droite. Multiplier ce nombre par le corps employé pour l'expression « de la faune » (30 mm): **4 x 30 = 120 mm**

Additionner les sous-totaux: **280 + 120 + 120 = 520 mm**

c Calculer la longueur du panneau en additionnant **a** et **b**: **576 + 520 = 1096 mm**

Hauteur du panneau

d Conformément aux tableaux de la section 4.2, il faut laisser un espace de 5,5x entre, d'une part, la bordure supérieure du panneau et la ligne de base de la signature et, d'autre part, entre la ligne de base de la signature et la ligne de base du mot « Canadian ». Additionner ces espaces: **5,5 + 5,5 = 11x**. Multiplier le total obtenu par le corps employé pour la signature (20 mm): **11 x 20 = 220 mm**

e 4x are required between the baseline of "Canadian" and the baseline of "Service", and 2x are required between the baseline of "Service" and the sign's bottom edge. Add these spaces: **4 + 2 = 6x**, and multiply the total by the character size used for the sign's message (30 mm): **6 x 30 = 180 mm**

f Add the results of **d** and **e** to determine the height of the sign: **220 + 180 = 400 mm**

Note: for purposes of these calculations, the sign area required for the "Canada" wordmark has been omitted. For details on the height of that band, see Section 4.2.

Sign dimensions
Based on the 20 mm and 30 mm character sizes used in the example, the sign in figure 9 would measure 400 mm x 1096 mm.

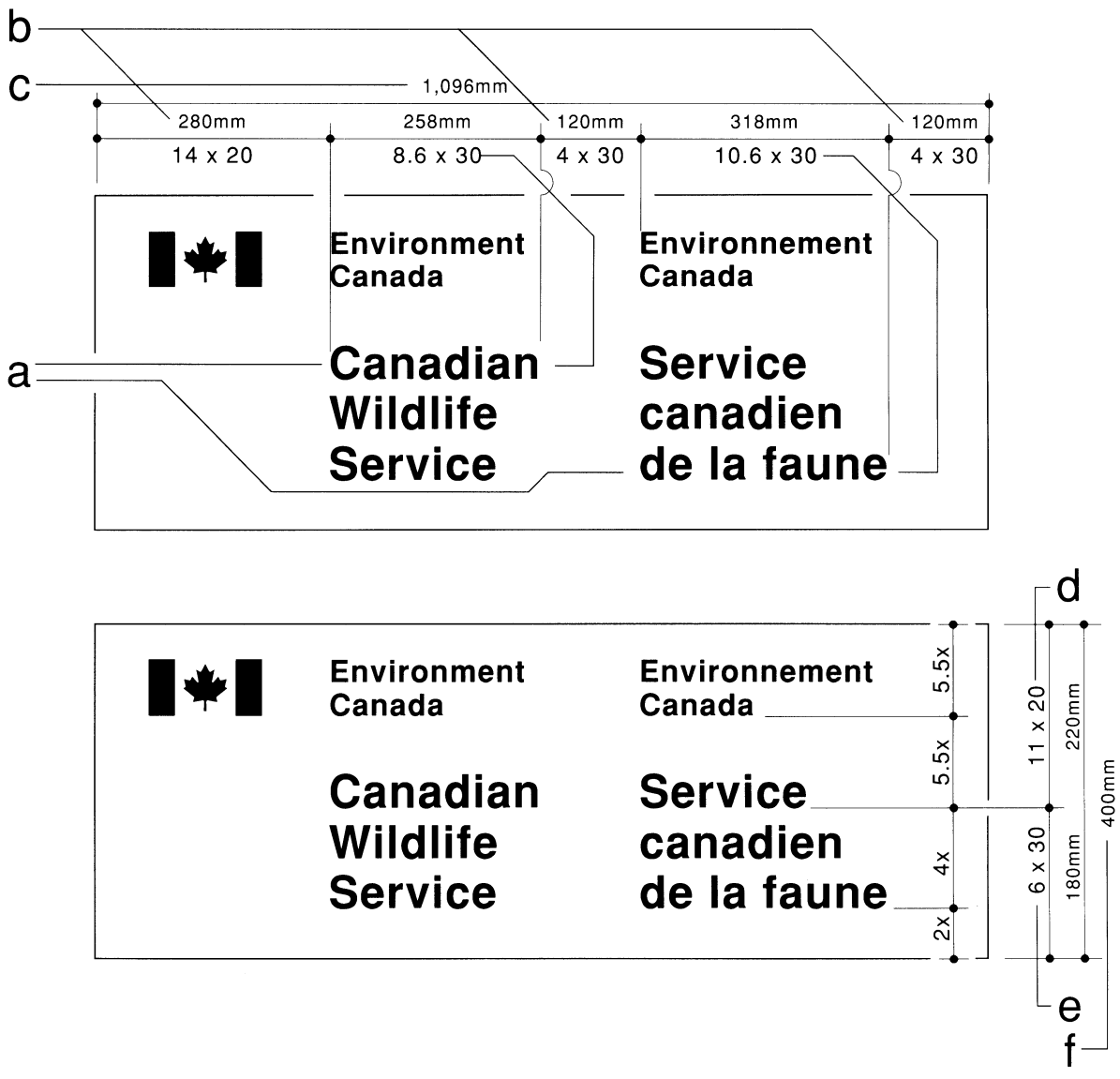
e Il faut prévoir 4x entre la ligne de base du mot « Canadian » et celle de l'expression « Service » ainsi que 2x entre la ligne de base de cette dernière expression et la bordure inférieure du panneau. Additionner ces espaces: **4 + 2 = 6x**; puis multiplier le total par le corps employé pour le message du panneau (30 mm): **6 x 30 = 180 mm**

f Calculer la hauteur du panneau en additionnant les résultats des alinéas **d** et **e**: **220 + 180 = 400 mm**

Note: Aux fins des présents calculs, la surface de panneau requise pour le mot-symbole « Canada » a été omise. La section 4.2 donne des précisions sur la hauteur de cette bande.

Dimensions du panneau
Compte tenu des corps de 20 mm et de 30 mm employés dans cet exemple, le panneau de la figure 9 mesurerait 400 mm par 1096 mm.

Fig. 9
Calculating the dimensions. Calcul des dimensions.



Assessing alternative character sizes Once the dimensions of a sign are known in number of "x" (Fig. 10), the effect of a smaller or larger character size on the sign's dimension can easily be calculated.

For instance, instead of combining 20 mm and 30 mm as in the example above, the dimensions of the sign in Fig. 9 may be calculated by combining 15 mm and 25 mm, or 25 mm and 40 mm. The calculations are shown in Table 5.

Évaluation des corps des caractères de rechange Lorsqu'on connaît les dimensions d'un panneau en nombre de « x » (Fig. 10), il est facile de calculer l'effet d'un corps moindre ou supérieur sur les dimensions du panneau.

Par exemple, au lieu de combiner 20 mm et 30 mm comme dans l'exemple précédent, les dimensions du panneau dans la figure 9 peuvent être calculées en combinant 15 mm et 25 mm, ou 25 mm et 40 mm. Les calculs sont présentés dans le tableau 5.

Fig. 10
Dimensions of the sign expressed in number of "x".

Dimensions du panneau exprimé en nombre de « x ».

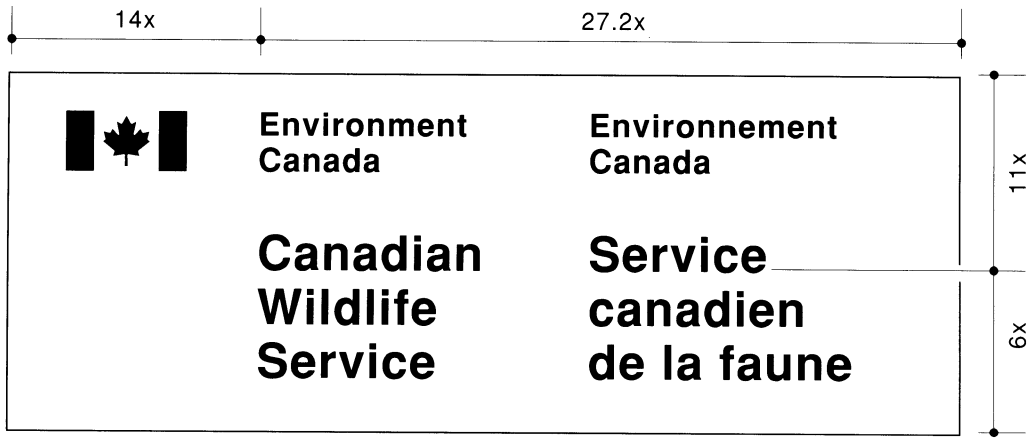


Table 5
Assessing alternative character sizes

Tableau 5
Calcul des corps des caractères de rechange

	Height of sign / Hauteur du panneau				Length of sign / Longueur du panneau			
15 mm	15 mm	x 11x	=	165 mm	15 mm	x 14.0x	=	210 mm
25 mm	25 mm	x 6x	=	150 mm	25 mm	x 27.2x	=	680 mm
				315 mm				**890 mm**
20 mm	20 mm	x 11x	=	220 mm	20 mm	x 14.0x	=	280 mm
30 mm	30 mm	x 6x	=	180 mm	30 mm	x 27.2x	=	816 mm
				400 mm				**1096 mm**
25 mm	25 mm	x 11x	=	275 mm	25 mm	x 14.0x	=	350 mm
40 mm	40 mm	x 6x	=	240 mm	40 mm	x 27.2x	=	1088 mm
				515 mm				**1438 mm**

Commonly used character sizes

When assessing character sizes see **Table 2** for the data on standard sizes, and **Fig. 11** for an illustration of the sizes commonly used.

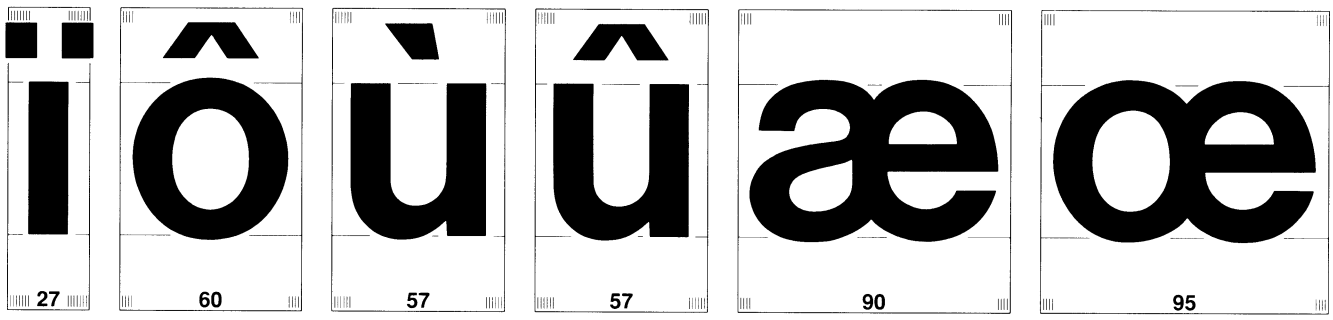
Corps des caractères couramment employés

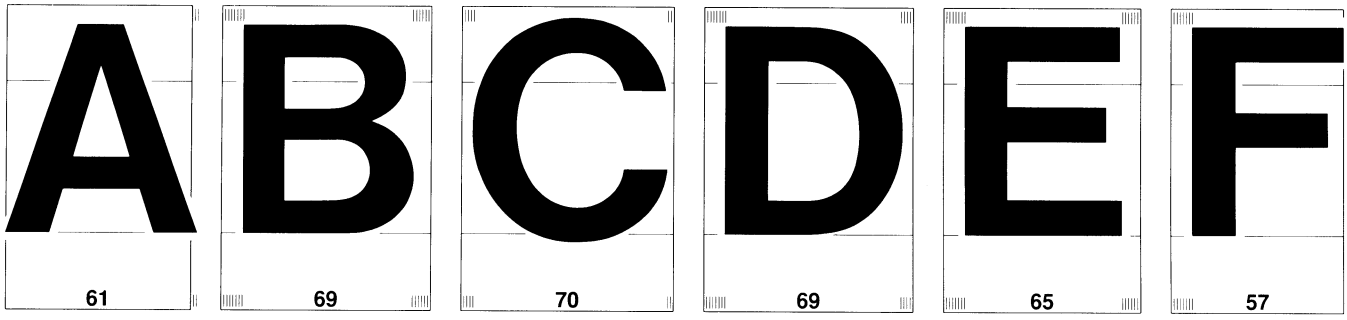
Lorsqu'il y a lieu de calculer les corps des caractères, se reporter au **tableau 2** pour les données sur les corps standard, et à la **Fig. 11** pour un exemple des corps habituellement employés.

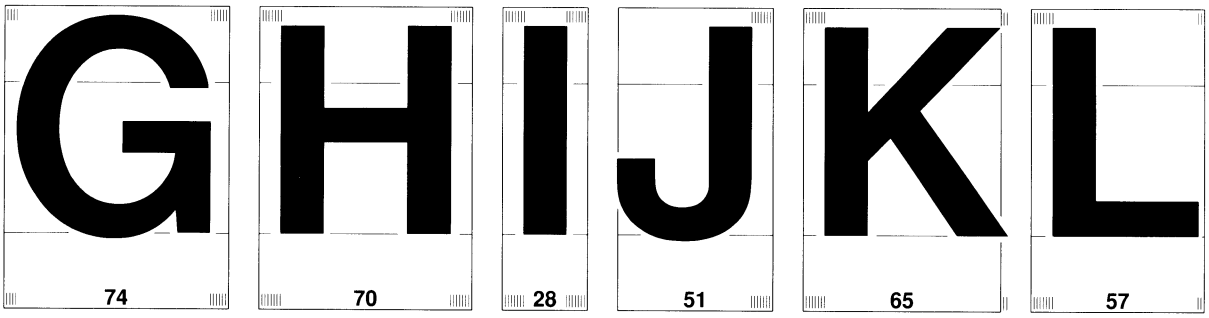
Fig. 11
Commonly used character sizes. Corps des caractères couramment employés.

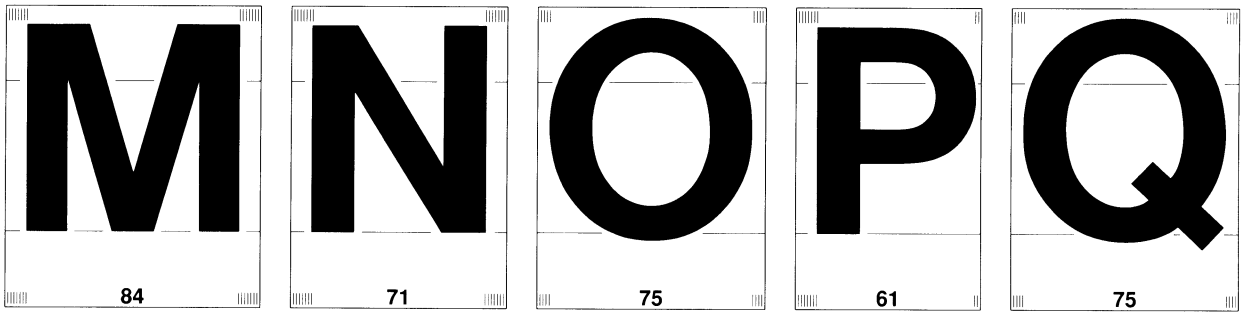
The signage typeface

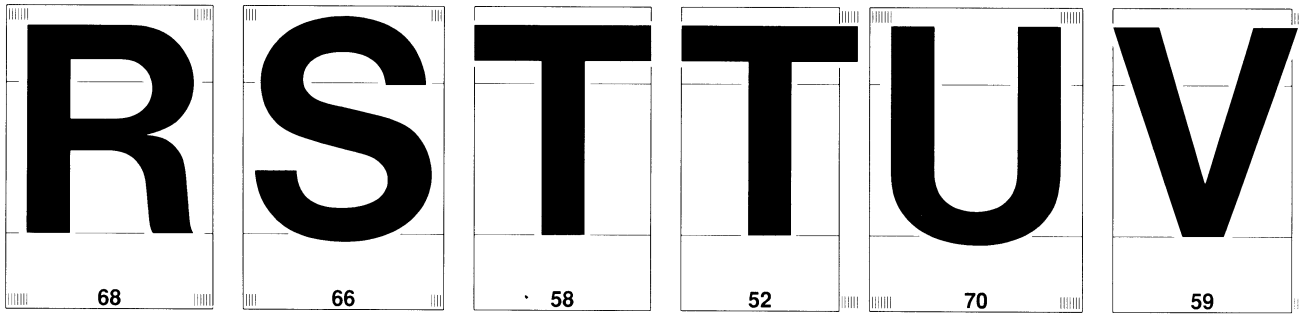
Le caractère de signalisation

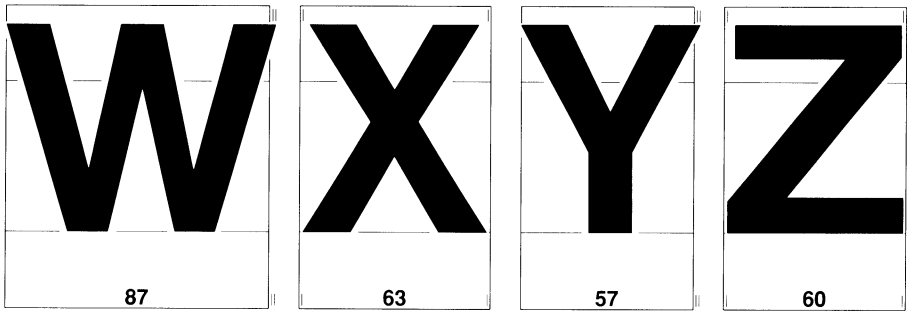

ïôùûæœ
27
60
57
57
90
95

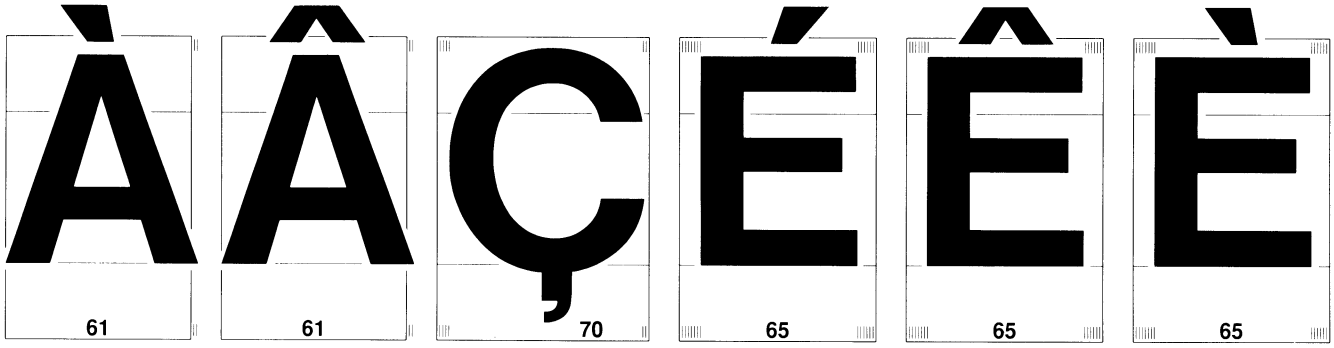

ABCDEF
61
69
70
69
65
57

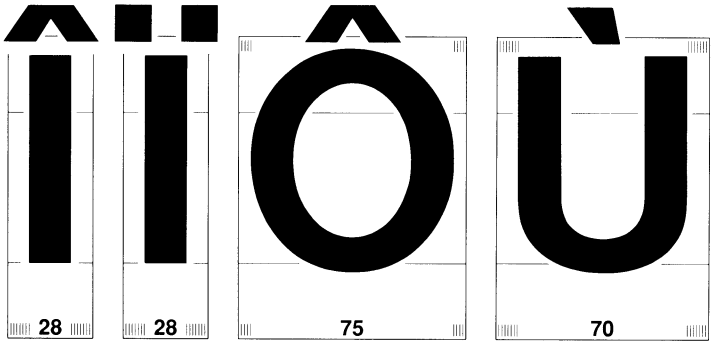

GHIJKL
74
70
28
51
65
57

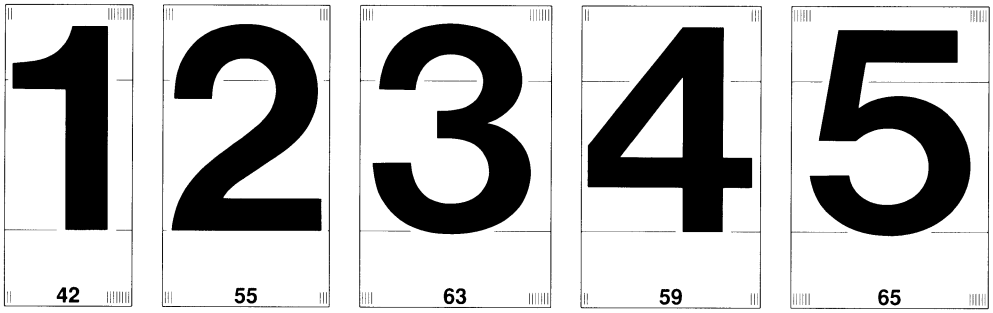

MNOPQ
84
71
75
61
75

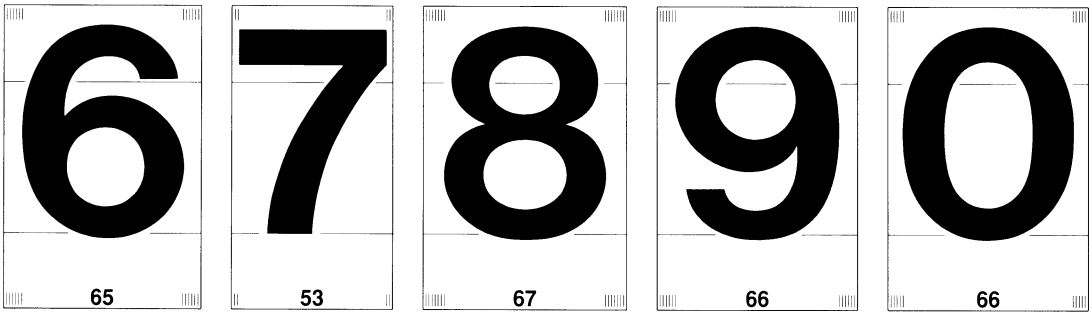

RSTTUV
68
66
58
52
70
59

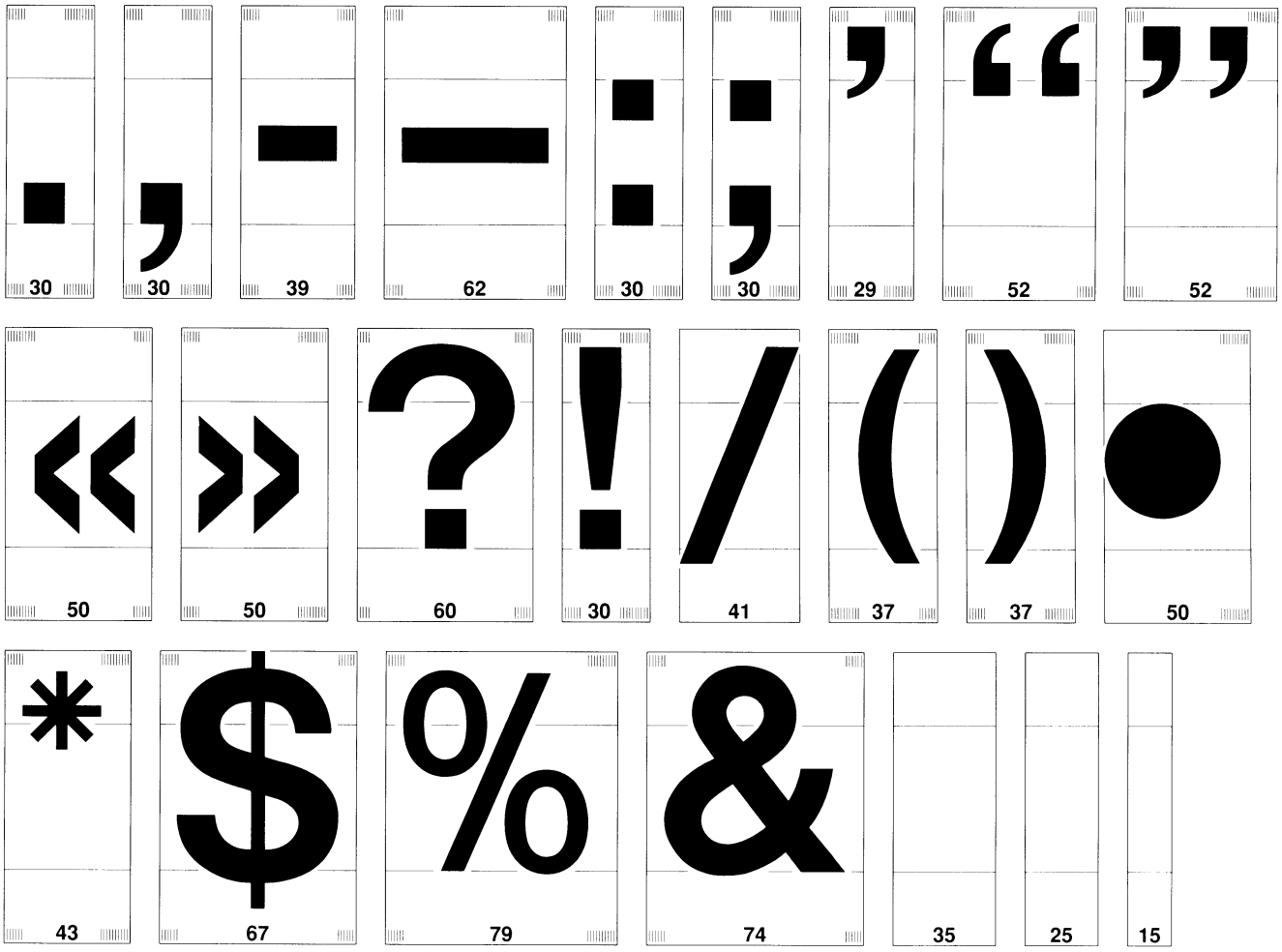

W
87
X
63
Y
57
Z
60


À
61
Â
61
Ç
70
É
65
Ê
65
È
65


Î
28
Ï
28
Ô
75
Ù
70


1
42
2
55
3
63
4
59
5
65


6
65
7
53
8
67
9
66
0
66


30
30
39
62
30
30
29
52
52
50
50
60
30
41
37
37
50
43
67
79
74
35
25
15

Use of UPPERCASE and numerals for codes and abbreviations

The inter-character spaces that govern the assembly of UPPERCASE characters differ from those used for assembling a combination of upper and lower case characters.

The data that indicate how the unit value for each character is constructed are presented in **Table B1**. The use of the spacing system for UPPERCASE characters is described below.

Note that the use of UPPERCASE characters applies solely to abbreviations, codes, and the like.

Emploi des MAJUSCULES et des chiffres pour les codes et les abréviations

Les règles concernant l'espacement à l'assemblage des MAJUSCULES diffèrent de celles utilisées à l'assemblage des caractères majuscules et minuscules.

Les données pour calculer la valeur unitaire de chaque caractère sont présentées au **tableau B1**. Le système d'espacement concernant les MAJUSCULES est décrit ci-dessous.

Les MAJUSCULES s'emploient uniquement pour les abréviations, les codes et les termes semblables.

Table B1
Data summary for UPPERCASE and numerals

Tableau B1
Données récapitulatives sur les MAJUSCULES et les chiffres

Units preceding / Unités qui précèdent		Character width / Largeur du caractère	Units following / Unités qui suivent	Unit value / Valeur unitaire
1	**A** 63	1		65
10	**B** 56	6		72
6	**C** 64	6		76
10	**D** 58	6		74
10	**E** 52	6		68
10	**F** 50	1		61
6	**G** 64	6		76
10	**H** 56	10		76
10	**I** 14	10		34
6	**J** 44	10		60
10	**K** 60	1		71
10	**L** 48	1		59
10	**M** 70	10		90
10	**N** 57	10		77
6	**O** 67	6		79
10	**P** 52	6		68
6	**Q** 67	6		79
10	**R** 55	6		71
6	**S** 58	6		70
1	**T** 58	1		60
10	**U** 56	10		76
1	**V** 61	1		63
1	**W** 89	1		91
1	**X** 61	1		63
1	**Y** 59	1		61
6	**Z** 58	6		70
2	**1** 32	8		42
3	**2** 49	3		55
4	**3** 52	7		63
2	**4** 54	3		59
6	**5** 53	6		65
6	**6** 53	6		65
2	**7** 49	2		53
7	**8** 53	7		67
6	**9** 54	6		66
5	**0** 56	5		66
full space		espace normal		35
medium space		demi espace		25
small space		espace maigre		15

How to use Table B2 Characters are assembled with the aid of **Table** B2 which shows the inter-character space required. This space is expressed in number of units, and represents the total of the "units following" one character and the "units preceding" the next character.

To find the space between characters, locate the first character in the left-hand column and the one that follows in the row above. The intersecting field shows the number of units required. For example, a "G" followed by "R" will require a space of 16 units in between. If a character size of 25 mm were to be used, 16 units represent 8 mm (16 x 0.5 mm).

Using the inter-character spaces prescribed will normally result in a relatively even spacing of all characters in a particular abbreviation or code. Nevertheless, adjustments may be needed for certain awkward character combinations (e.g. LY, WJ). To achieve consistent spacing, such adjustments should be done visually by comparing the space between all characters of the particular abbreviation or code.

For guidance on the methods of assembling characters, see "Assembly of characters" (p. 7). The details on the spacing of punctuation marks are provided in Table 3b (p. 7); the inter-character spaces for numerals are shown in Table 4b (p. 9).

Emploi du tableau B2 Les caractères sont assemblés à l'aide du **tableau** B2 qui indique l'espace requis entre les caractères. Cet espace est exprimé en nombre d'unités et représente la somme des « unités qui suivent » un caractère et des « unités qui précèdent » le prochain caractère.

Pour calculer l'espace entre deux caractères, trouver le premier caractère dans la colonne de gauche et celui qui le suit dans la rangée supérieure; le nombre d'unités requises figure au point de recoupement. Par exemple, entre un « G » et un « R », il faut un espace de 16 unités. Lorsqu'on utilise un corps de 25 mm, 16 unités correspondent à 8 mm (16 x 0,5 mm).

L'espacement des caractères selon les normes prescrites permettra habituellement d'obtenir un espacement relativement uniforme de tous les caractères d'une abréviation ou d'un code particulier. Néanmoins, il faudra peut-être faire des ajustements dans le cas de certaines combinaisons difficiles (par ex., LY, WJ). Pour assurer un espacement uniforme, il faudrait faire ces rajustements visuellement en comparant les espaces entre tous les caractères d'une abréviation ou d'un code quelconque.

Pour les directives sur les méthodes d'assemblage des caractères, se reporter à la rubrique « Assemblage de caractères » (p. 7). Le tableau 3b (p. 7) sert à l'espacement des signes de ponctuation, et le tableau 4b (p. 9) à l'espacement des chiffres.

Table B2
Inter-character spaces for UPPERCASE (in units)

Tableau B2
Espacement des MAJUSCULES (en unités)

Units following / Units preceding Unités qui suivent / Unités qui précèdent		A T V W X Y	B D E F H I K L M N P R U	C G J O Q S Z
		1	10	6
A F K L T V W X Y	1	2	11	7
B C D E G O P Q R S Z	6	7	16	12
H I J M N U	10	11	20	16

A
65
B
72
C
76
D
74
E
68
F
61
G
76
H
76
I
34
J
60
K
71
L
59
M
90
N
77
O
79
P
68
Q
79
R
71
S
70
T
60
U
76
V
63
W
91
X
63
Y
61
Z
70

Treasury Board of Canada Secretariat

Conseil du Trésor du Canada Secrétariat

Federal Identity Program Manual

Manuel du Programme de coordination de l'image de marque

Advertising

Corporate identity guidelines

Publicité

Lignes directrices relatives à l'image de marque

March 1989

Mars 1989

5.1

Canada

Table of contents

Introduction 3

Scope 3

Advertising signatures 4

Federal signature 4
Coat of Arms signature 7
"Canada" wordmark 7
Applying the signature and wordmark 8
Colour and contrast 10
Visual criteria 10

Print advertising 12

Paid announcements 14

Outdoor and transit advertising 17

Television advertising 18

Radio advertising 20

Enquiries 20

Table des matières

Introduction 3

Portée 3

Les signatures dans la publicité 4

Signature fédérale 4
Signature avec armoiries 7
Mot-symbole « Canada » 7
Application de la signature et du mot-symbole 8
Couleurs et contrastes 10
Règles visuelles 10

Publicité imprimée 12

Annonces payées 14

Publicité extérieure et publicité ambulante 17

Publicité à la télévision 18

Publicité à la radio 20

Demandes de renseignements 20

Introduction

Advertising signatures should be presented in a consistent manner, clearly conveying federal sponsorship of the message. Set out here are guidelines on how government policy on the use of the federal signature and the "Canada" wordmark should be applied in advertising. These guidelines are intended to promote clear and consistent identification of the sponsor, while allowing flexibility on how signatures are being applied. The guidelines were developed to assist all those involved in the planning and preparation of government-sponsored advertising.

This section should be used with Chapter 470, "Federal Identity Program", and Chapter 480, "Government Communications Policy" of the *Administrative Policy Manual*. Official languages requirements with respect to advertising are set out in Chapter 470.

Section 1.1, "Design", of the FIP Manual contains comprehensive guidelines on the use of symbols and signatures, as well as information on the availability of proofs for reproduction.

Guideline examples

These guidelines include typical examples to show how the signature and wordmark should be applied in federal advertising. Most of the examples stem from actual advertisements; some of them were modified to reflect the guidelines.

Scope

Guidelines set out the use of corporate signatures in government-sponsored advertising within Canada. They apply to print advertising, outdoor and transit advertising, television and radio advertising, as well as to paid announcements.

Introduction

En publicité, les signatures devraient être employées de façon uniforme, pour indiquer clairement que le commanditaire est l'administration fédérale. Vous trouverez ci-après des lignes directrices sur l'application de la politique fédérale relativement à l'emploi de la signature fédérale et du mot-symbole « Canada » dans la publicité. Ces lignes directrices ont pour but de promouvoir l'identification claire et uniforme du commanditaire, tout en assurant une certaine souplesse quant à la façon dont les signatures doivent être utilisées. Elles ont été élaborées dans le but d'aider tous ceux qui participent à la planification et à la préparation de la publicité commanditée par l'administration fédérale.

La présente section devrait être utilisée conjointement avec le chapitre 470, « Programme de coordination de l'image de marque », et le chapitre 480, « Politique du gouvernement en matière de communications » du *Manuel de la politique administrative*. Le chapitre 470 fait état de la politique en matière des langues officielles.

La section 1.1, « Design », du Manuel du Programme de coordination de l'image de marque (PCIM) renferme des lignes directrices au sujet de l'utilisation des symboles et des signatures, ainsi que des renseignements sur les contre-épreuves.

Exemples

Les présentes lignes directrices renferment des exemples typiques destinés à montrer comment la signature et le mot-symbole devraient être utilisés dans la publicité fédérale. La plupart des exemples sont tirés d'annonces publicitaires réelles; certains exemples ont été modifiés en fonction des lignes directrices.

Portée

Les présentes lignes directrices régissent l'utilisation de signatures dans la publicité, au Canada, commanditée par l'administration fédérale. Elles s'appliquent à la publicité imprimée, à la publicité extérieure et ambulante, à la publicité à la télévision et à la radio, ainsi qu'aux annonces payées.

Advertising signatures

Described below are design criteria that apply to advertising signatures in print advertising, outdoor and transit advertising, and in paid announcements. These criteria pertain to the layout, the relative size and position of the signature and wordmark, as well as the use of colour.

Federal signature

Three aspects determine the design of a signature: layout, type size and typeface. This involves choosing the appropriate layout (e.g. one-, two- or three-line signature), the type size, and the suitable typeface (i.e. Helvetica light, regular or medium). Described below is the effect of these variables on the design of a signature.

Layout

The signature layout should be chosen on the basis of the signature's length (i.e. number of words) and the space allocated for it in the advertisement. Basically, it is a question of whether a signature should be displayed horizontally, or in a more compact, vertical layout (**Fig. 1**).

Where horizontal space is limited, the choice of layout is directly related to the signature's type size. To fit a particular width and to permit the use of a large enough type size, certain signatures may need to be displayed in three or possibly four lines (**Fig. 2**).

Les signatures dans la publicité

Vous trouverez ci-dessous les critères établis pour l'utilisation d'une signature dans la publicité imprimée, la publicité extérieure et ambulante, ainsi que dans les annonces payées. Ces critères se rapportent à la disposition, à la taille relative et à l'emplacement de la signature et du mot-symbole, ainsi qu'à l'utilisation de la couleur.

Signature fédérale

La conception d'une signature est fondée sur trois facteurs: la disposition, le corps de caractère et la face du caractère. Autrement dit, il faut choisir la disposition appropriée (par exemple, une signature sur une, deux ou trois lignes), le corps de caractère ainsi que la face du caractère appropriée (c'est-à-dire, le caractère Helvetica maigre, normal ou demi-gras). L'incidence de ces facteurs sur la conception d'une signature est décrite ci-dessous.

Disposition

La disposition de la signature devrait être établie en fonction de sa longueur (c'est-à-dire le nombre de mots) ainsi que de l'espace prévu pour elle dans l'annonce publicitaire. En fait, il faut choisir entre une signature horizontale ou une signature verticale, plus compacte (**Fig. 1**).

Lorsque l'espace horizontal est restreint, la disposition est établie en fonction du corps de caractère. Dans le cas d'un espace de largeur précise, et afin de permettre l'utilisation d'un corps suffisamment grand, il faut parfois présenter certaines signatures sur trois ou même quatre lignes (**Fig. 2**).

Fig. 1
Horizontal and vertical signature layouts.

Dispositions horizontale et verticale.

Communications Canada

Communications Canada

Public Works Canada | Travaux publics Canada

Public Works Canada | Travaux publics Canada

Fig. 2
Signature layouts to fit narrow columns.

Disposition de la signature lorsque l'espace est restreint.

Agence canadienne de développement international | Canadian International Development Agency

Natural Sciences and Engineering Research Council of Canada | Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada

Type size

The type size of the signature should relate to the overall layout and typography of an advertisement. In each case, judgement will be needed to select a suitable type size for the signature, and to allocate sufficient space surrounding it. For printed applications, the type size should not be less than 8 point (**Fig. 3**).

Typeface

One of three typefaces (Helvetica light, regular or medium) may be used for signatures. The choice should be based on the advertisement's overall design, the particular media, and whether the signature is reproduced in positive or negative form. In general, Helvetica regular and medium can be reproduced effectively in either positive or negative form. Helvetica light may be used when the signature appears in positive form. See **Fig. 4**.

Corps du caractère

Le corps de la signature devrait dépendre de la disposition globale ainsi que de la typographie de l'annonce publicitaire. Dans chaque cas, il faut faire preuve de discernement pour choisir un corps convenable pour une signature et prévoir assez d'espace autour d'elle. Dans le cas de la publicité imprimée, le corps ne devrait pas être inférieur à 8 points (**Fig. 3**).

Faces du caractère

On peut utiliser pour les signatures l'une des trois faces Helvetica: maigre, normal ou demi-gras. Le choix devrait se fonder sur la conception globale de l'annonce publicitaire, le média utilisé, ainsi que la méthode de reproduction du caractère soit la forme positive ou négative. En règle générale, les caractères Helvetica normal et demi-gras se reproduisent bien tant dans leur forme négative que dans leur forme positive. Le caractère Helvetica maigre ne devrait être employé que dans sa forme positive (**Fig. 4**).

Fig. 3
8 point type, the minimum size recommended.

Le corps des caractères devrait être d'au moins 8 points.

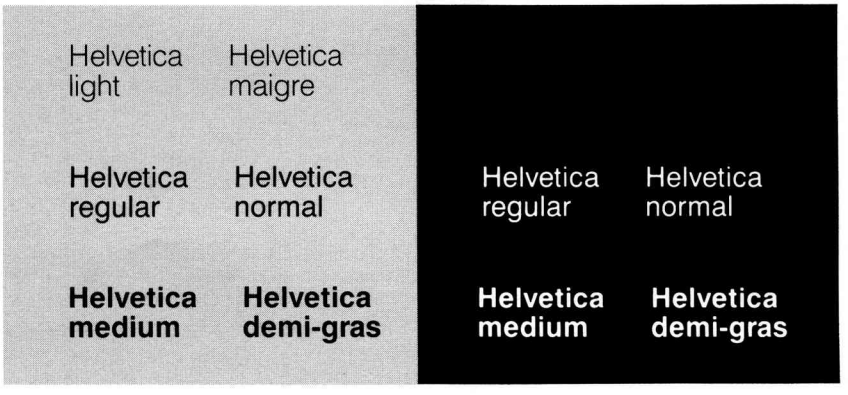
Transports Canada Transport Canada

Public Works Canada Travaux publics Canada

National Library of Canada Bibliothèque nationale du Canada

Fig. 4
Choice of typefaces and their positive and negative forms.

Choix des faces du caractère et leur forme négative et positive.



When a signature is accompanied by additional information such as a service title, different sizes or weights of type may be used to make the important parts stand out or to de-emphasize others (**Fig. 5**). Further details on such typographic variations are contained in section 1.1.

"Government of Canada" signature
This signature should be used to identify advertisements pertaining to government-wide initiatives or to identify messages sponsored by two or more departments.

Reproduction proofs of this signature are available from the Administrative Policy Branch of the Treasury Board Secretariat, which maintains a supply of proofs in a range of weights and point sizes (**Fig. 6**).

Lorsqu'une signature est accompagnée de renseignements supplémentaires comme le titre d'un service, on peut employer différents corps ou graisses de caractère pour faire ressortir les données importantes ou pour en atténuer d'autres (**Fig. 5**). La section 1.1 renferme plus de détails au sujet de telles variations typographiques.

Signature « Gouvernement du Canada »
Cette signature devrait être employée dans la publicité se rapportant à des programmes menés dans l'ensemble de l'administration fédérale, ou pour identifier des messages commandités par deux ou plusieurs ministères fédéraux.

On peut se procurer des contre-épreuves de cette signature auprès de la Direction de la politique administrative du Secrétariat du Conseil du Trésor, qui garde un stock de contre-épreuves de diverses forces de corps et graisses de caractère (**Fig. 6**).

Fig. 5
Typographic variations to make the important stand out.

Variations typographiques pour faire ressortir les éléments importants.

Energy, Mines and Resources Canada
Énergie, Mines et Ressources Canada

Distribution Centre, Communications Branch

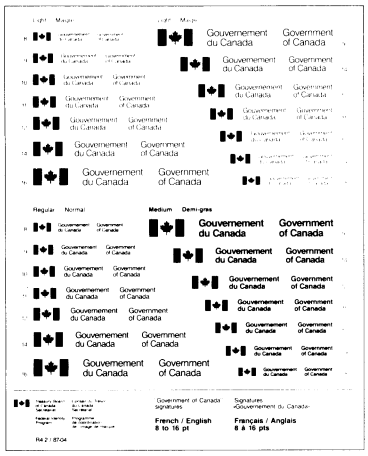
Transports Canada
Transport Canada

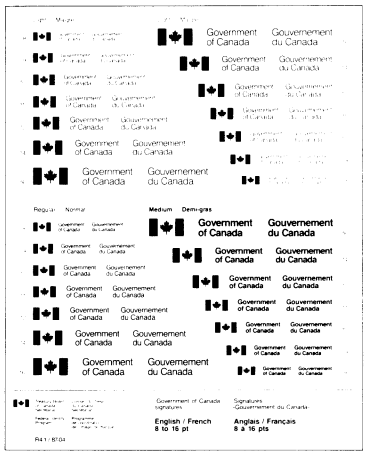
Aviation internationale

Transports Canada
Transport Canada

Aviation internationale

Fig. 6





Coat of Arms signature

This signature is used by institutions that use the Coat of Arms for identification.

Two layouts have been adopted for the Coat of Arms signature: one symmetrical and the other asymmetrical. The choice of layout is at the discretion of the institution concerned, but should be compatible with the overall design of the particular advertisement.

Technical details on the layouts for the Coat of Arms signature are contained in section 1.1.

"Canada" wordmark

Two weights of the wordmark are in use (**Fig. 7**). The *regular-weight* version of the wordmark is used for most media. Because of viewing conditions, the *medium-weight* wordmark is recommended for outdoor advertising. Details regarding these weights and the standard sizes are contained in section 1.1.

Defined in the FIP policy as the dominant graphic symbol of the program, the "Canada" wordmark must be used in a prominent position, generally as the final element of an advertisement.

Signature avec armoiries

Cette signature est réservée aux institutions qui utilisent les armoiries à des fins d'identification.

Deux dispositions ont été adoptées pour la signature avec armoiries: l'une est symétrique et l'autre asymétrique. Le choix de la disposition est laissé à la discrétion de l'institution visée, mais celle-ci devrait néanmoins être compatible avec la disposition globale de l'annonce publicitaire en question.

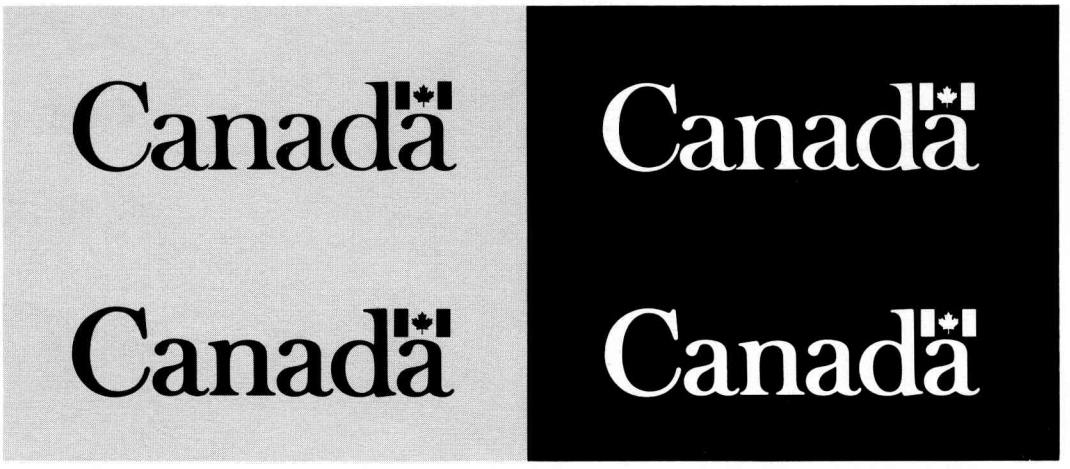
La section 1.1 renferme des détails techniques sur la disposition de la signature avec armoiries.

Mot-symbole « Canada »

Il existe deux graisses de caractères pour le mot-symbole « Canada » (**Fig. 7**). Le mot-symbole à caractères *normaux* est employé pour la plupart des médias. Pour des raisons de perception, le caractère *demi-gras* est recommandé pour la publicité extérieure. La section 1.1 apporte des précisions au sujet de ces graisses, ainsi que des corps standard.

Défini dans la politique sur le PCIM comme le symbole graphique dominant du programme, le mot-symbole « Canada » doit être bien en vue, généralement à la fin d'un message publicitaire.

Fig. 7



Applying the signature and wordmark

Care should be taken to achieve an appropriate relationship between signature and wordmark. This involves selecting the relative size, placement and colours for these elements.

Typical size relationships between signature and wordmark are shown below. It is recognized that various factors (e.g. layout, length of the signature, nature of the message, media used) will influence decisions when selecting sizes **(Fig. 8)**.

Another factor in achieving an appropriate relationship between the elements is the use of colour. A common method is to employ positive and negative forms for the signature and wordmark **(Fig. 9)**. When a colour (other than black or white) is used, it should generally be employed to emphasize the wordmark.

Application de la signature et du mot-symbole

Il faut établir un rapport de corps approprié entre la signature et le mot-symbole. Pour ce faire, on doit choisir la taille, l'emplacement et la couleur de ces éléments en fonction les uns des autres.

Des rapports de corps types entre la signature et le mot-symbole sont indiqués ci-dessous. Il est bien entendu que certains facteurs (notamment la disposition, la longueur de la signature, la nature du message, le média utilisé) influent sur les décisions à prendre au moment de choisir les tailles **(Fig. 8)**.

La couleur constitue un autre facteur important pour établir un lien approprié entre les divers éléments. La méthode courante consiste à employer les formes positive et négative pour la signature et le mot-symbole **(Fig. 9)**. Lorsqu'on emploie une couleur (autre que le blanc ou le noir), c'est généralement pour faire ressortir le mot-symbole.

Fig. 8
Typical size relationships. Rapports de corps types.

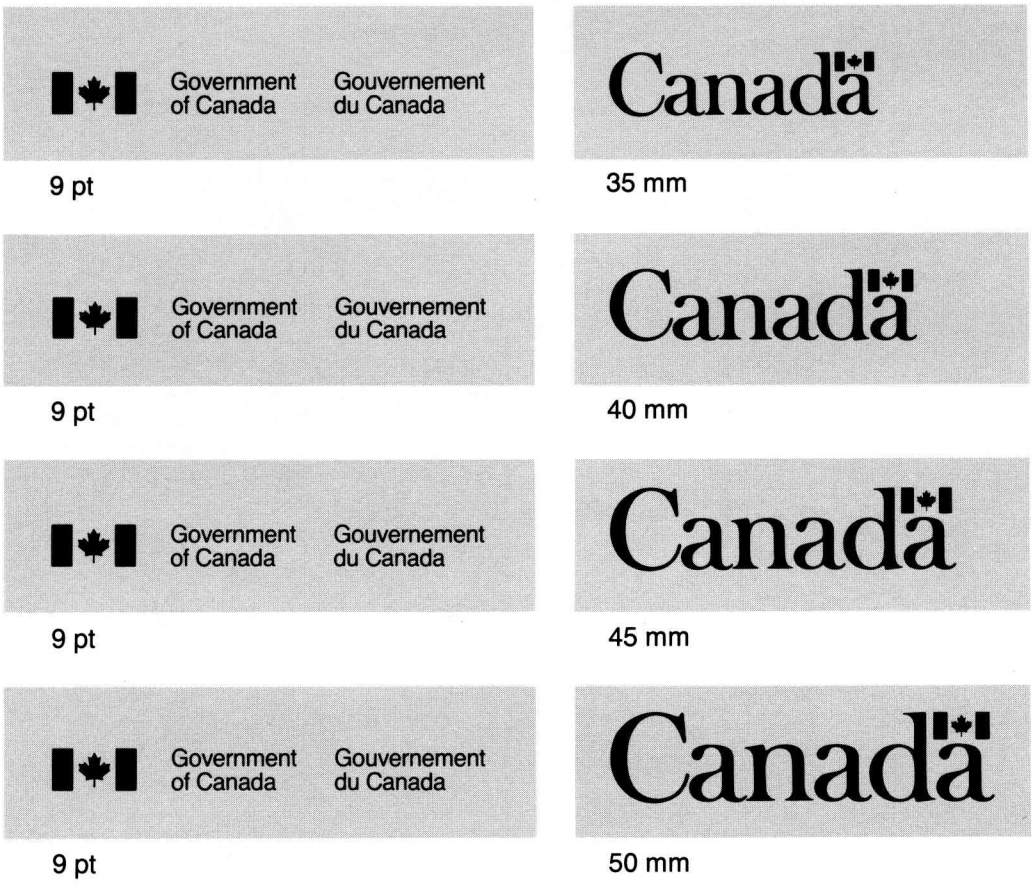
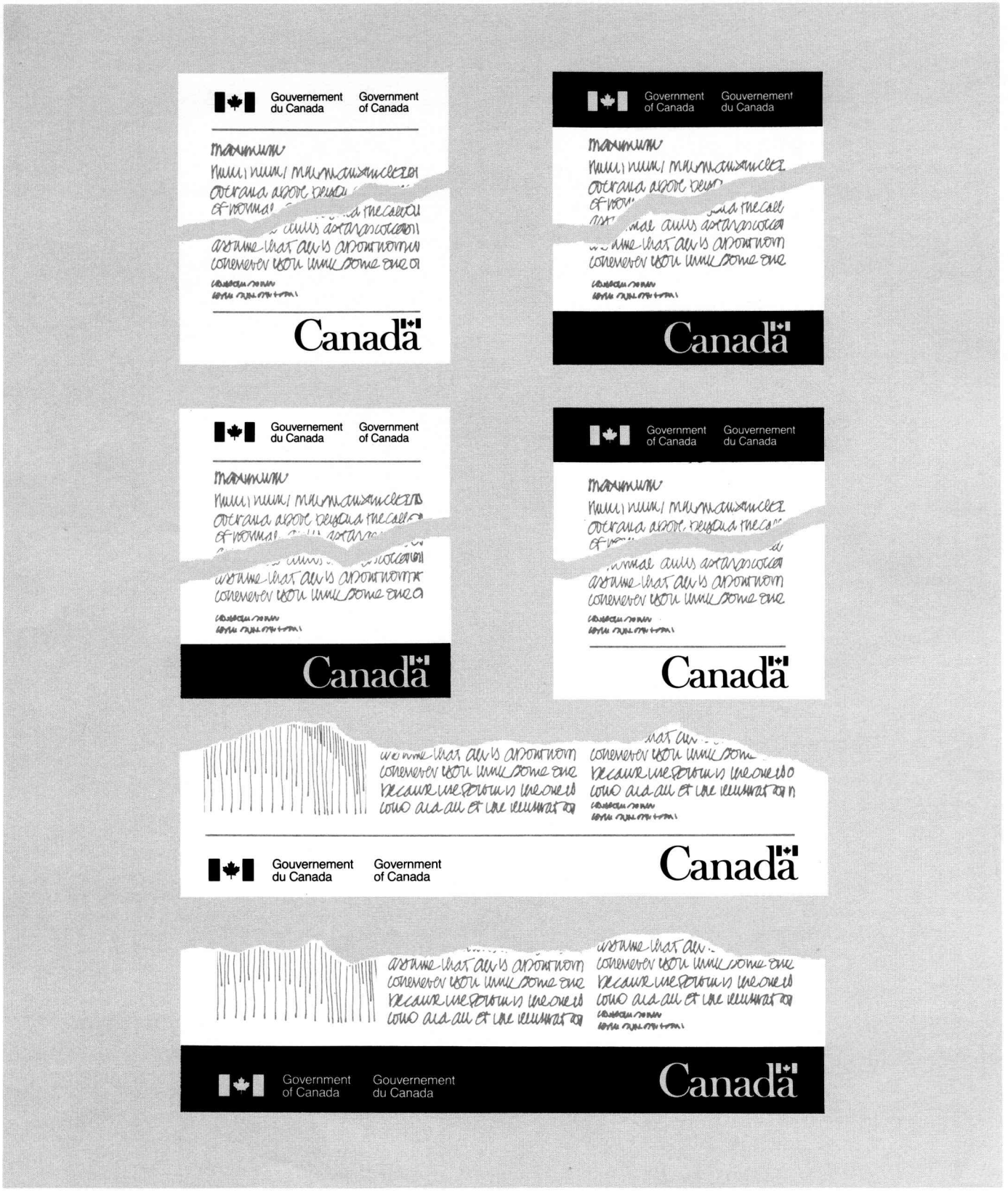


Fig. 9
Use of positive and negative forms.

Emploi des formes positive et négative.



Colour and contrast

To ensure clear recognition and to maintain the integrity of the government's corporate identity, basic rules with respect to colour and contrast apply. (See "Television advertising" with respect to rules on colour for that medium.)

When displaying the **federal signature**, both the flag and the type should be in the same colour. The options are:

- black (or dark-coloured) signature on a white (or light-coloured) background; or
- white (or light-coloured) signature on a black (or dark-coloured) background.

When displaying the **"Canada" wordmark**, both the type and the flag may be in the same colour; or the flag in the wordmark may be rendered in red with the type appearing in black or white, as appropriate. The options are:

- black (or dark-coloured) wordmark on a white (or light-coloured) background;
- white (or light-coloured) wordmark on a black (or dark-coloured) background;
- type in black and flag in FIP red on a white (or light-coloured) background; or
- type in white and flag in FIP red on a black (or dark-coloured) background.

Note: When red is used for the flag in the "Canada" wordmark, the field behind the red maple leaf and between the red bars may be rendered in white or in the colour of the overall background. (In no instance may the red bars be connected by horizontal lines.)

Visual criteria

To ensure the integrity and recognition value of both signature and wordmark the following criteria should be observed when designing an advertisement **(Fig. 10)**:

- the signature and wordmark must be displayed in generous open space, free from close association with interfering or distracting elements;
- although the wordmark must be displayed in association with an appropriate signature, the two elements should appear well separated from each other;
- the wordmark shall never be used in a headline, phrase or sentence.

The use of generous open space surrounding the signature and wordmark is particularly important when a slogan, special symbol (see note) or other graphic device must be displayed nearby. This means selecting an appropriate size and spatial relationship for the various elements and integrating them into the design.

Note: The policy on the use of special symbols is set out in Chapter 470. When the use of a special symbol has been authorized in accordance with that policy, it may be applied in advertising.

Couleurs et contrastes

Pour que l'image de marque de l'administration fédérale soit facilement reconnaissable et intégralement respectée, il faut tenir compte des règles de base concernant l'utilisation de la couleur en général et des couleurs contrastantes. (Consulter la rubrique « Publicité à la télévision » au sujet des règles à suivre pour l'emploi de couleurs dans ce média.)

Dans la **signature fédérale**, le drapeau et les caractères typographiques devraient être de la même couleur. Voici les différentes possibilités:

- signature noire (ou de couleur foncée) sur fond blanc (ou de couleur pâle);
- signature blanche (ou de couleur pâle) sur fond noir (ou de couleur foncée).

Dans le **mot-symbole « Canada »**, les caractères typographiques et le drapeau peuvent être de la même couleur; le drapeau peut aussi être imprimé en rouge du PCIM et les caractères en blanc ou noir, selon le cas. Voici les différentes possibilités:

- mot-symbole noir (ou de couleur foncée) sur fond blanc (ou de couleur pâle);
- mot-symbole blanc (ou de couleur pâle) sur fond noir (ou de couleur foncée);
- caractères noirs et drapeau rouge du PCIM sur fond blanc (ou de couleur pâle);
- caractères blancs et drapeau rouge du PCIM sur fond noir (ou de couleur foncée).

Note: Lorsque le drapeau dans le mot-symbole « Canada » est de couleur rouge, l'espace derrière la feuille d'érable rouge et entre les barres rouges peut être blanc ou de la même couleur que le fond. (Les barres rouges ne doivent en aucun cas être reliées par des traits horizontaux.)

Règles visuelles

Dans le but d'assurer l'intégrité et la reconnaissance de la signature et du mot-symbole, il convient de respecter les critères suivants pour la conception d'une annonce publicitaire **(Fig. 10)**:

- la signature et le mot-symbole doivent être bien dégagés, sans risque qu'ils puissent être associés aux éléments environnants;
- bien qu'il faille utiliser le mot-symbole de pair avec une signature appropriée, les deux éléments devraient être bien distincts l'un de l'autre;
- le mot-symbole ne doit jamais être utilisé dans un titre, une expression ou une phrase.

Il est particulièrement important que la signature et le mot-symbole soient bien dégagés lorsqu'un slogan, un symbole spécial (voir la note) ou un autre élément graphique apparaît à proximité. Il faut donc choisir des tailles appropriées et un rapport spatial adéquat pour les divers éléments, puis les intégrer dans la disposition.

Note: Le chapitre 470 fait état de la politique en matière d'utilisation de symboles spéciaux. Lorsque l'utilisation d'un symbole spécial est approuvée en vertu de cette politique, on peut s'en servir dans la publicité.

Fig. 10

EMR's Canada Centre for Remote Sensing is electronically "mapping" Canada, helping to locate undiscovered mineral and oil deposits, and providing information and technical input to our forestry, mining, shipping and agricultural industries.

Signals from the satellites of the global positioning system are used by the Canada Centre for Surveying to position ground stations with an accuracy of less than a metre, and by others for highly accurate navigation, pinpointing any desired location to within a few metres.

This provides accurate guidance of ships in poor visibility and locations of road transport shipments, assisting efficient operation through timely inventory management.

This new technology improves the safety and efficiency of divers working off oil rigs.

Canada's deep-diving submersible Pisces IV is exploring the mineral-rich Juan de Fuca Ridge off Vancouver Island.

An almost-eerie series of hydro-thermal "chimney's" on the ocean floor is emitting a supersaturated solution of minerals such as iron, copper, zinc and lead sulphides, as well as iron and manganese oxides. But most important, it has attracted the same biological ecosystems found in fossil form near mineral deposits on land.

These amazing underwater discoveries are already generating new ideas of how and where to find minerals on land.

For further information, please write to: Energy, Mines and Resources Canada Distribution Centre, Communications Branch 580 Booth Street, Ottawa, Ontario K1A 0E4

Energy, Mines and Resources Canada Énergie, Mines et Ressources Canada

THE ENERGY OF OUR RESOURCES

THE POWER OF OUR IDEAS

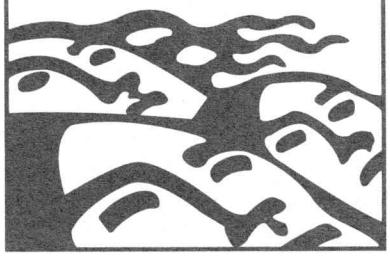
Canada

EXHIBITION
at the
NATIONAL LIBRARY
from
November 13, 1985
to April 6, 1986
395 Wellington Street
Ottawa
from 9 a.m. to 9 p.m.
daily

Aboriginal Rights in Canada

Droits des autochtones du Canada

National Library of Canada Bibliothèque nationale du Canada



EXPOSITION
à la
BIBLIOTHÈQUE
NATIONALE
du 13 novembre 1985
au 6 avril 1986
395, rue Wellington
Ottawa
de 9 heures
à 21 heures
tous les jours

Canada

Print advertising

The signature and wordmark should be integrated into the advertisement's design as follows.

The federal signature should appear below the last paragraph of the body copy or in the advertisement's lower left corner. The choice of layout, typeface and type size of the signature should complement the advertisement's design.

The "Canada" wordmark should be the dominant identifier in relation to the federal signature. Wherever feasible, the wordmark should appear in the lower right corner of the advertisement.

Examples on how advertising signatures may be applied are presented below **(Fig. 11)**.

Publicité imprimée

La signature et le mot-symbole devraient être intégrés à la disposition de l'annonce publicitaire, comme suit.

La signature fédérale devrait figurer sous le dernier paragraphe du texte, ou dans le coin inférieur gauche de l'annonce. Le choix de disposition, de face et de corps devrait tenir compte de l'ensemble de la présentation graphique pour assurer l'intégration des éléments.

Le mot-symbole « Canada » devrait constituer l'identificateur principal par rapport à la signature fédérale. Dans la mesure du possible, le mot-symbole devrait figurer dans le coin inférieur droit de l'annonce.

La **figure 11** présente des exemples sur la façon d'utiliser les signatures dans la publicité.

Introducing one of the Most Advanced Transportation Concepts for the Twenty-first Century-
Freedom to Move!
The New National Transportation Act
The New Motor Vehicle Transport Act
Air, rail and truck transport are vital to every Canadian and to our economy. Now two new federal government acts encourage our transportation companies to be more innovative and competitive to serve Canadians better.
Air passengers will have more choices, and their fares will be a product of greater competition. Buyers of manufactured goods will benefit from more competitive shipping costs. People who ship food, natural resources and manufactured goods will have greater freedom to choose between carriers. Our economic prospects will improve as Canadian products become more competitive at home and abroad.
Freedom to Move means innovation, service, competition and jobs.
Transport Canada
Transports Canada
Yes, I would like to receive more information about the National Transportation Act and the Motor Vehicle Transport Act.
Freedom to move.
Name
Address
City/Town
Province/Territory
Postal Code
Send to: Transport Canada, Place de Ville – Tower C, Ottawa, Ontario K1A 0N5
Canada

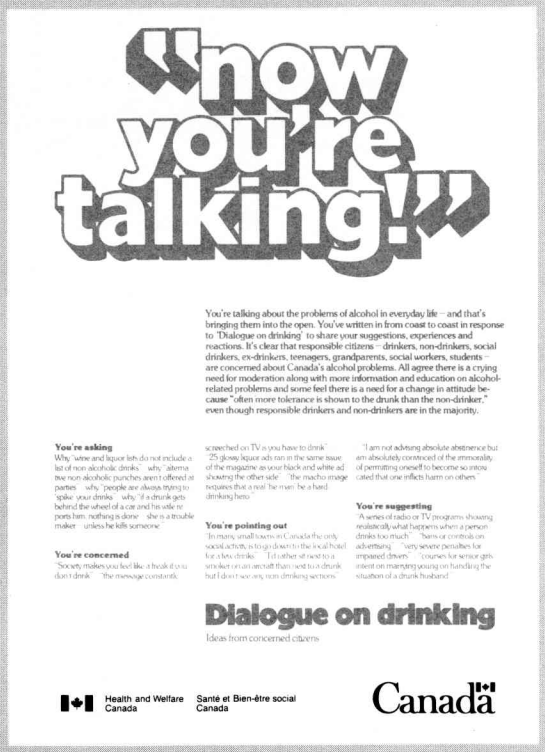
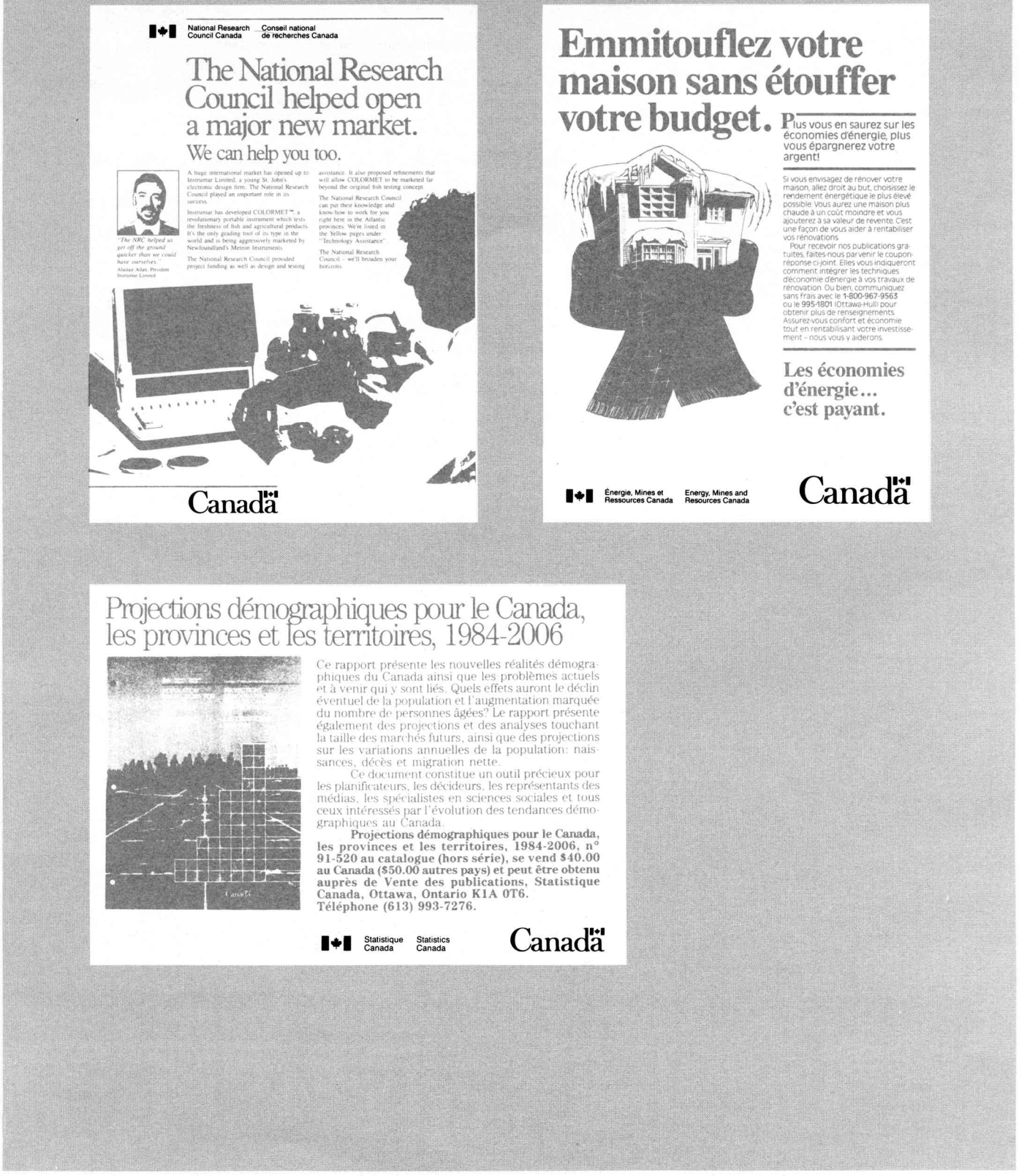

"now you're talking!"
You're talking about the problems of alcohol in everyday life – and that's bringing them into the open. You've written in from coast to coast in response to 'Dialogue on drinking' to share your suggestions, experiences and reactions. It's clear that responsible citizens – drinkers, non-drinkers, social drinkers, ex-drinkers, teenagers, grandparents, social workers, students – are concerned about Canada's alcohol problems. All agree there is a crying need for moderation along with more information and education on alcohol-related problems and some feel there is a need for a change in attitude because "often more tolerance is shown to the drunk than the non-drinker," even though responsible drinkers and non-drinkers are in the majority.
You're asking
You're pointing out
You're concerned
You're suggesting
Dialogue on drinking
Ideas from concerned citizens
Health and Welfare Canada
Santé et Bien-être social Canada
Canada

Fig. 11 *(Continued Suite)*


National Research Council Canada
Conseil national de recherches Canada
The National Research Council helped open a major new market.
We can help you too.
A huge international market has opened up to Instrumar Limited, a young St. John's electronic design firm. The National Research Council played an important role in its success.
Instrumar has developed COLORMET™, a revolutionary portable instrument which tests the freshness of fish and agricultural products. It's the only grading tool of its type in the world and is being aggressively marketed by Newfoundland's Metron Instruments.
The National Research Council provided project funding as well as design and testing assistance. It also proposed refinements that will allow COLORMET to be marketed far beyond the original fish testing concept.
The National Research Council can put their knowledge and know-how to work for you right here in the Atlantic provinces. We're listed in the Yellow pages under "Technology Assistance".
The National Research Council – we'll broaden your horizons.
"The NRC helped us get off the ground quicker than we could have ourselves."
Alistair Allan, President Instrumar Limited
Canada
Emmitouflez votre maison sans étouffer votre budget.
Plus vous en saurez sur les économies d'énergie, plus vous épargnerez votre argent!
Si vous envisagez de rénover votre maison, allez droit au but, choisissez le rendement énergétique le plus élevé possible. Vous aurez une maison plus chaude à un coût moindre et vous ajouterez à sa valeur de revente. C'est une façon de vous aider à rentabiliser vos rénovations.
Pour recevoir nos publications gratuites, faites-nous parvenir le coupon-réponse ci-joint. Elles vous indiqueront comment intégrer les techniques d'économie d'énergie à vos travaux de rénovation. Ou bien, communiquez sans frais avec le 1-800-967-9563 ou le 995-1801 (Ottawa-Hull) pour obtenir plus de renseignements. Assurez-vous confort et économie tout en rentabilisant votre investissement – nous vous y aiderons.
Les économies d'énergie... c'est payant.
Énergie, Mines et Ressources Canada
Energy, Mines and Resources Canada
Canada
Projections démographiques pour le Canada, les provinces et les territoires, 1984-2006
Ce rapport présente les nouvelles réalités démographiques du Canada ainsi que les problèmes actuels et à venir qui y sont liés. Quels effets auront le déclin éventuel de la population et l'augmentation marquée du nombre de personnes âgées? Le rapport présente également des projections et des analyses touchant la taille des marchés futurs, ainsi que des projections sur les variations annuelles de la population: naissances, décès et migration nette.
Ce document constitue un outil précieux pour les planificateurs, les décideurs, les représentants des médias, les spécialistes en sciences sociales et tous ceux intéressés par l'évolution des tendances démographiques au Canada.
Projections démographiques pour le Canada, les provinces et les territoires, 1984-2006, n° 91-520 au catalogue (hors série), se vend $40.00 au Canada ($50.00 autres pays) et peut être obtenu auprès de Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa, Ontario K1A 0T6. Téléphone (613) 993-7276.
Statistique Canada
Statistics Canada
Canada

Paid announcements

Paid announcements are public notices regarding tenders, sales, public hearings, offers of employment, business hours, addresses and the like. The signature and wordmark should be integrated into the design of an announcement as follows.

The federal signature should normally appear at the top of the announcement. The choice of layout, typeface and type size for the signature should complement the typography of the notice.

The "Canada" wordmark should be placed at the bottom of the announcement and appear as the dominant identifier in relation to the federal signature.

Examples on how advertising signatures may be applied in paid announcements are shown below **(Fig. 12)**.

Other considerations

Because of horizontal space restraint of the standard newspaper column, certain signatures may need to be laid out in three or possibly four lines to permit the use of an adequate type size (minimum size is 8 point).

Where an institution inserts several notices in the same edition of a newspaper, lineage costs can be reduced and the effectiveness of advertising improved by incorporating these notices in one layout under a single signature.

Developing graphic standards

Federal institutions that are using paid announcements on a regular basis are encouraged to develop (if they have not already done so) graphic standards that prescribe the layout and typography as well as the position of the signature and wordmark. The application of such standard formats allows an institution to project a consistent look and to achieve greater efficiency when preparing and placing paid announcements.

Annonces payées

Les annonces payées sont des avis publics concernant les appels d'offre, les ventes, les audiences publiques, les offres d'emploi, les heures d'affaires, les adresses et autres renseignements de ce genre. La signature et le mot-symbole devraient être intégrés à la présentation graphique d'une annonce comme suit.

La signature fédérale devrait normalement figurer dans la partie supérieure de l'annonce. Le choix de disposition, de face et de corps devrait compléter la présentation typographique de l'annonce.

Le mot-symbole « Canada » devrait figurer dans la partie inférieure de l'annonce, comme identificateur principal par rapport à la signature fédérale.

La **figure 12** présente des exemples sur la façon d'utiliser la signature dans les annonces payées.

Autres facteurs

En raison de l'espace horizontal restreint qu'offre une colonne de journal, il peut être parfois nécessaire de disposer la signature sur trois ou quatre lignes afin d'utiliser un corps de caractère adéquat (au moins 8 points).

Lorsqu'une institution fait paraître plus qu'une annonce dans la même édition d'un journal, elle peut réduire les coûts et accroître l'efficacité en les regroupant sous une seule signature.

Élaboration de normes graphiques

Au cas où elles ne l'ont pas déjà fait, les institutions fédérales qui ont régulièrement recours aux annonces payées sont invitées à élaborer des normes graphiques relativement à la disposition et à la typographie ainsi qu'à l'emplacement de la signature et du mot-symbole. L'application de telles normes permet à l'institution de projeter une image uniforme et de rendre plus efficaces la préparation et le placement de ses annonces payées.

Fig. 12

RECENSEMENT DE 1991

AUDIENCE PUBLIQUE SUR LE RECENSEMENT DE 1991

L'occasion de participer à la planification du contenu du prochain recensement. Vos idées comptent. Tenue par Statistique Canada.

le 30 avril 1987
13 h 30 à 17 h

Regina Inn, Salon B
Regina (Saskatchewan)
Composez le (306) 780-5405 (hors de la région de Regina, appelez sans frais au numéro 1-800-667-7164) pour recevoir de la documentation concernant l'audience.

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Public Works Canada Travaux publics Canada

RETAIL SPACE FOR RENT

PLACE DU PORTAGE IV

Retail space for rent at 140 Promenade du Portage, Hull approximately 341 square feet (31.7m²) at ground level.

Ideal for retail sale for toys, kitchen giftware, children's wear, florist, hobbies, leather goods.

Interested parties in this vacancy are invited to contact:

Public Works Canada
Commercial Operations
140 Promenade du Portage
Hull, Quebec K1A 0M3
(819) 997-3751

Canada

Public Works Canada Travaux publics Canada

INVITATION TO TENDER

SEALED TENDERS for the projects or services listed below, addressed to the Regional Manager, Contract Policy and Administration, Public Works Canada, National Capital Region, 140 Promenade du Portage, Phase IV, Hull Quebec (mailing address) Ottawa, Ontario, K1A 0M3, will be received until 15:00 on the specified closing date. Tender documents can be obtained through the Plan Distribution Office, same address as above, at telephone number 997-5667.

PROJECTS

No. 870265 – Renovate Coldroom 313A, Building No. 22 Central Experimental Farm, Ottawa, Ontario
Tender documents may also be seen at the construction Association offices in Ottawa and Hull.
Closing Date: **8 December 1988**
Deposit : **Nil**

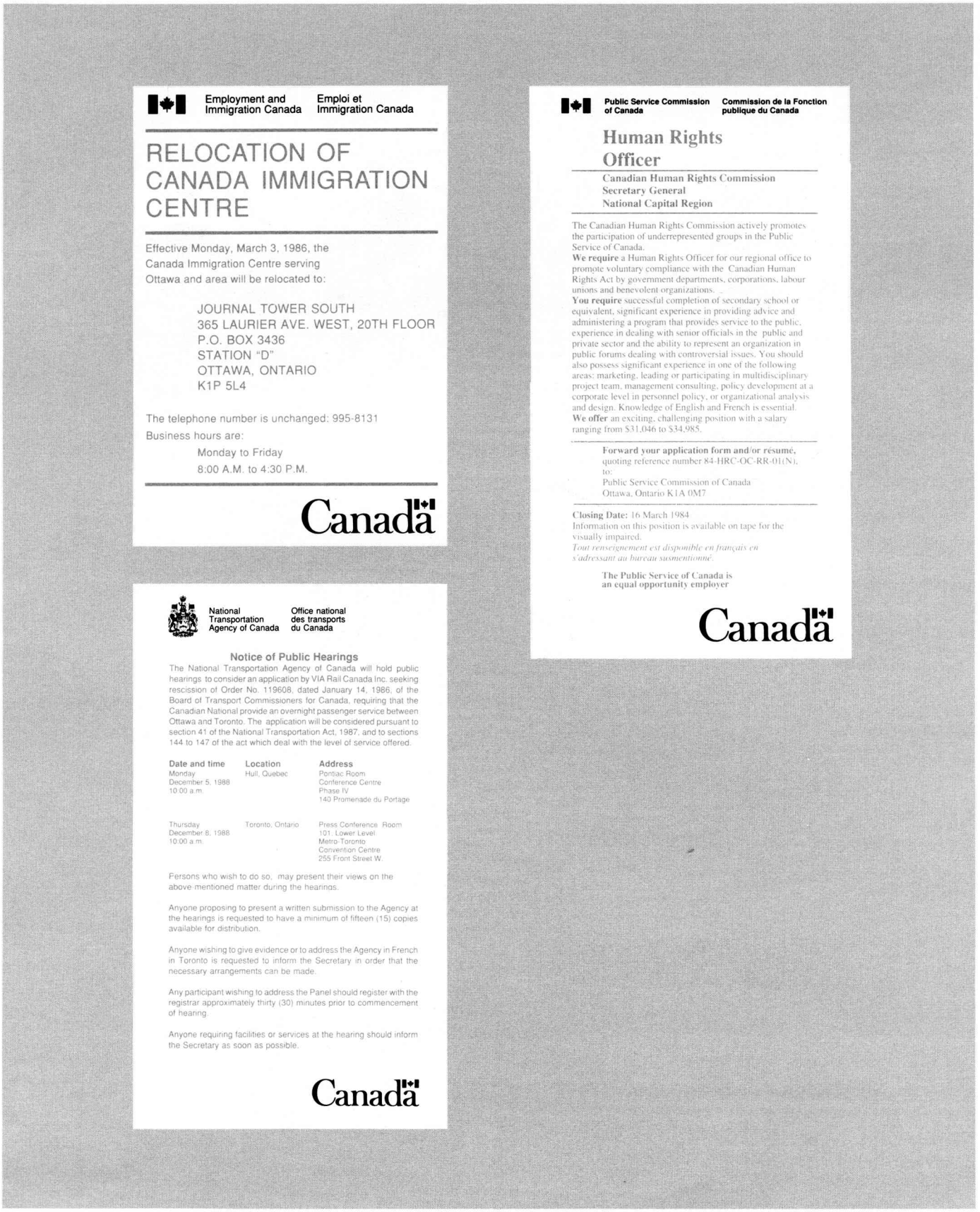
No.658084 – FOR ENERGY, MINES AND RESOURCES – Alterations to Link between Sir William Logan Building, 580 Booth Street and Administration Building, 588 Booth Street, Ottawa, Ontario
Tender documents may also be seen at the Construction Association offices in Ottawa and Hull.
Closing Date: **6 December 1988**
Deposit : **Nil**

INSTRUCTIONS

The lowest or any tender not necessarily accepted.

Canada

Fig. 12 *(Continued Suite)*



Employment and Immigration Canada
Emploi et Immigration Canada

RELOCATION OF CANADA IMMIGRATION CENTRE

Effective Monday, March 3, 1986, the Canada Immigration Centre serving Ottawa and area will be relocated to:

JOURNAL TOWER SOUTH
365 LAURIER AVE. WEST, 20TH FLOOR
P.O. BOX 3436
STATION "D"
OTTAWA, ONTARIO
K1P 5L4

The telephone number is unchanged: 995-8131

Business hours are:
Monday to Friday
8:00 A.M. to 4:30 P.M.

Canada

Public Service Commission of Canada
Commission de la Fonction publique du Canada

Human Rights Officer

Canadian Human Rights Commission
Secretary General
National Capital Region

The Canadian Human Rights Commission actively promotes the participation of underrepresented groups in the Public Service of Canada.
We require a Human Rights Officer for our regional office to promote voluntary compliance with the Canadian Human Rights Act by government departments, corporations, labour unions and benevolent organizations.
You require successful completion of secondary school or equivalent, significant experience in providing advice and administering a program that provides service to the public, experience in dealing with senior officials in the public and private sector and the ability to represent an organization in public forums dealing with controversial issues. You should also possess significant experience in one of the following areas: marketing, leading or participating in multidisciplinary project team, management consulting, policy development at a corporate level in personnel policy, or organizational analysis and design. Knowledge of English and French is essential.
We offer an exciting, challenging position with a salary ranging from $31,046 to $34,985.

Forward your application form and/or résumé, quoting reference number 84-HRC-OC-RR-01(N), to:
Public Service Commission of Canada
Ottawa, Ontario K1A 0M7

Closing Date: 16 March 1984
Information on this position is available on tape for the visually impaired.
Tout renseignement est disponible en français en s'adressant au bureau susmentionné.

The Public Service of Canada is an equal opportunity employer

Canada

National Transportation Agency of Canada
Office national des transports du Canada

Notice of Public Hearings

The National Transportation Agency of Canada will hold public hearings to consider an application by VIA Rail Canada Inc. seeking rescission of Order No. 119608, dated January 14, 1986, of the Board of Transport Commissioners for Canada, requiring that the Canadian National provide an overnight passenger service between Ottawa and Toronto. The application will be considered pursuant to section 41 of the National Transportation Act, 1987, and to sections 144 to 147 of the act which deal with the level of service offered.

Date and time	Location	Address
Monday December 5, 1988 10:00 a.m.	Hull, Quebec	Pontiac Room Conference Centre Phase IV 140 Promenade du Portage
Thursday December 8, 1988 10:00 a.m.	Toronto, Ontario	Press Conference Room 101, Lower Level Metro Toronto Convention Centre 255 Front Street W.

Persons who wish to do so, may present their views on the above-mentioned matter during the hearings.

Anyone proposing to present a written submission to the Agency at the hearings is requested to have a minimum of fifteen (15) copies available for distribution.

Anyone wishing to give evidence or to address the Agency in French in Toronto is requested to inform the Secretary in order that the necessary arrangements can be made.

Any participant wishing to address the Panel should register with the registrar approximately thirty (30) minutes prior to commencement of hearing.

Anyone requiring facilities or services at the hearing should inform the Secretary as soon as possible.

Canada

Outdoor and transit advertising

The signature and wordmark should be integrated into the design of the advertisement as follows.

The federal signature should normally appear in the lower left corner of the advertisement. The choice of layout, typeface and type size of the signature should complement the advertisement's design.

The "Canada" wordmark should appear in the lower right corner of the advertisement and be the dominant identifier in relation to the federal signature.

Examples on how signatures may be applied in outdoor and transit advertisements are shown below **(Fig. 13)**.

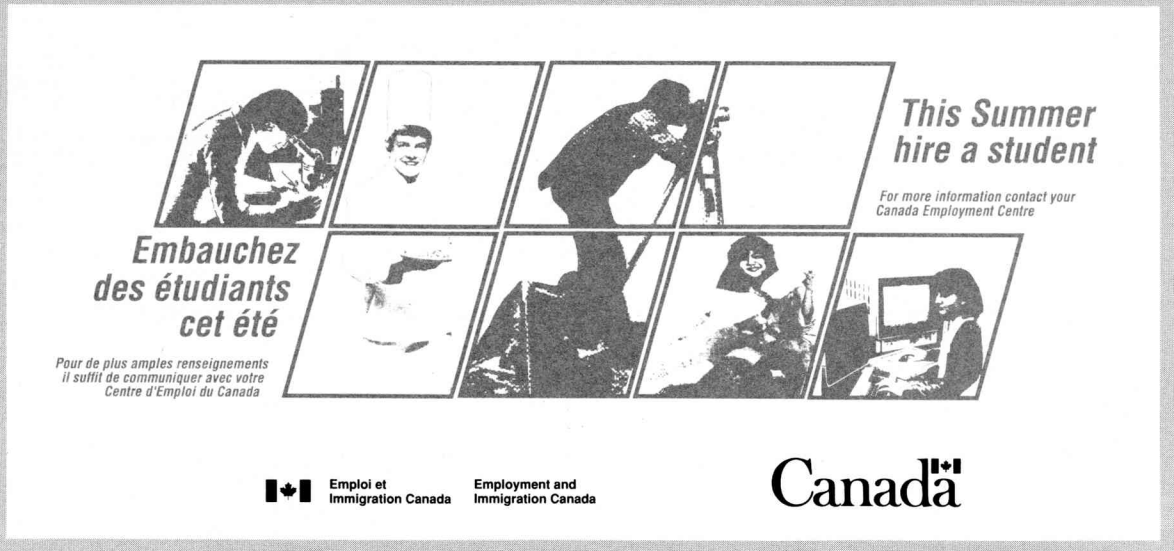
Publicité extérieure et publicité ambulante

La signature et le mot-symbole devraient être intégrés à la présentation graphique d'une annonce comme suit.

La signature fédérale devrait normalement apparaître dans le coin inférieur gauche de la publicité. Le choix de disposition, de face et de corps devrait compléter la présentation graphique de l'annonce.

Le mot-symbole « Canada » devrait figurer dans le coin inférieur droit de l'annonce, et être l'identificateur principal par rapport à la signature fédérale.

La **figure 13** présente des exemples de la façon d'utiliser les signatures dans la publicité extérieure et la publicité ambulante.



Television advertising

The "Canada" wordmark is used as the dominant identifier and shall appear as the last image of the commercial. The sponsoring institution must be identified in conjunction with the display of the wordmark. The methods are:

a During the display of the wordmark, announcement by voice-over of the sponsoring institution's applied title or the "Government of Canada" title; the announcement is in the language of the station.

b Where use of method **a** is not appropriate, the federal signature must be presented visually. This may be done immediately prior to, or on the same image with, the "Canada" wordmark. The signature of the sponsoring institution or the "Government of Canada" signature is used, as appropriate. The "Canada" wordmark should appear in prominence in relation to the visual display of a signature.

Examples on how the signature and wordmark may be used are shown in **Fig. 14**.

Colour and contrast

To ensure clear recognition and to maintain the integrity of the government's corporate identity, basic rules with respect to colour and contrast apply.

When displaying the **"Canada" wordmark**, both the type and the flag may be in the same colour; or the flag in the wordmark may be rendered in red with the type appearing in white or black, as appropriate. The options are:

- white wordmark on a dark-coloured background;
- black wordmark on a light-coloured background;
- white type and red flag, or black type and red flag, on a contrasting background (this use of colour is generally not recommended when the wordmark is superimposed on a photographic background, is displayed in a relatively small size, or shown during a very brief time interval.)

When displaying the **federal signature**, both the flag and the type should be in the same colour; i.e. white signature on a dark-coloured background, or black signature on a light-coloured background.

Other considerations

When applying the wordmark, the following aspects should be considered.

Superimposition

When superimposing the wordmark on a photograph, the area behind the wordmark should provide adequate and continuous contrast.

Rendering of the flag

When red is used for the flag in the "Canada" wordmark, the field behind the red maple leaf and between the red bars may be rendered in white or in the colour of the overall background. (In no instance may the red bars be connected by horizontal lines.)

Animation

Techniques of animation may be employed when presenting the "Canada" wordmark, but the wordmark should appear in its actual form in the final image of the commercial.

Publicité à la télévision

Le mot-symbole « Canada » est employé comme identificateur principal et doit apparaître dans la dernière image de l'annonce. L'institution commanditaire doit être identifiée de concert avec le mot-symbole. Voici les méthodes possibles:

a Durant la présentation du mot-symbole à l'écran, le titre d'usage du commanditaire ou le titre « Gouvernement du Canada » est annoncé par superposition sonore; l'annonce se fait dans la langue de diffusion du poste émetteur.

b Lorsque la méthode énoncée en **a** ci-dessus ne convient pas, il faut présenter visuellement la signature fédérale. Pour ce faire, on peut utiliser l'image qui précède immédiatement le mot-symbole « Canada » ou celle qui présente ce mot-symbole. On utilise la signature du commanditaire ou du « Gouvernement du Canada », selon le cas. Le mot-symbole « Canada » devrait être mis en valeur par rapport à la signature.

La **figure 14** présente des exemples de la façon d'utiliser la signature et le mot-symbole dans la publicité à la télévision.

Couleurs et contrastes

Pour que l'image de marque de l'administration fédérale soit facilement reconnaissable et intégralement respectée, il faut tenir compte des règles de base concernant l'utilisation de la couleur en général et des couleurs contrastantes.

Dans le **mot-symbole « Canada »**, les caractères typographiques et le drapeau peuvent être de la même couleur; le drapeau peut aussi être en rouge du PCIM et les caractères typographiques en noir ou blanc, selon le cas. Voici les différentes possibilités:

- mot-symbole blanc sur fond de couleur foncée;
- mot-symbole noir sur fond de couleur pâle;
- caractères blancs et drapeau rouge du PCIM, ou caractères noirs et drapeau rouge du PCIM, sur fond de couleur contrastante (cette utilisation de couleurs n'est pas recommandée lorsque le mot-symbole est surimposé sur une photographie, lorsque les caractères sont relativement petits ou lorsque le mot-symbole apparaît durant un laps de temps très court).

Dans la **signature fédérale**, le drapeau et les caractères typographiques devraient être de la même couleur, c'est-à-dire signature blanche sur fond de couleur foncée, ou signature noire sur fond de couleur pâle.

Autres facteurs

Lorsqu'on utilise le mot-symbole « Canada », il faut tenir compte des facteurs ci-après.

Surimposition

Lorsqu'on surimpose le mot-symbole sur une photographie, le champ derrière le mot-symbole devrait offrir un contraste adéquat et continu.

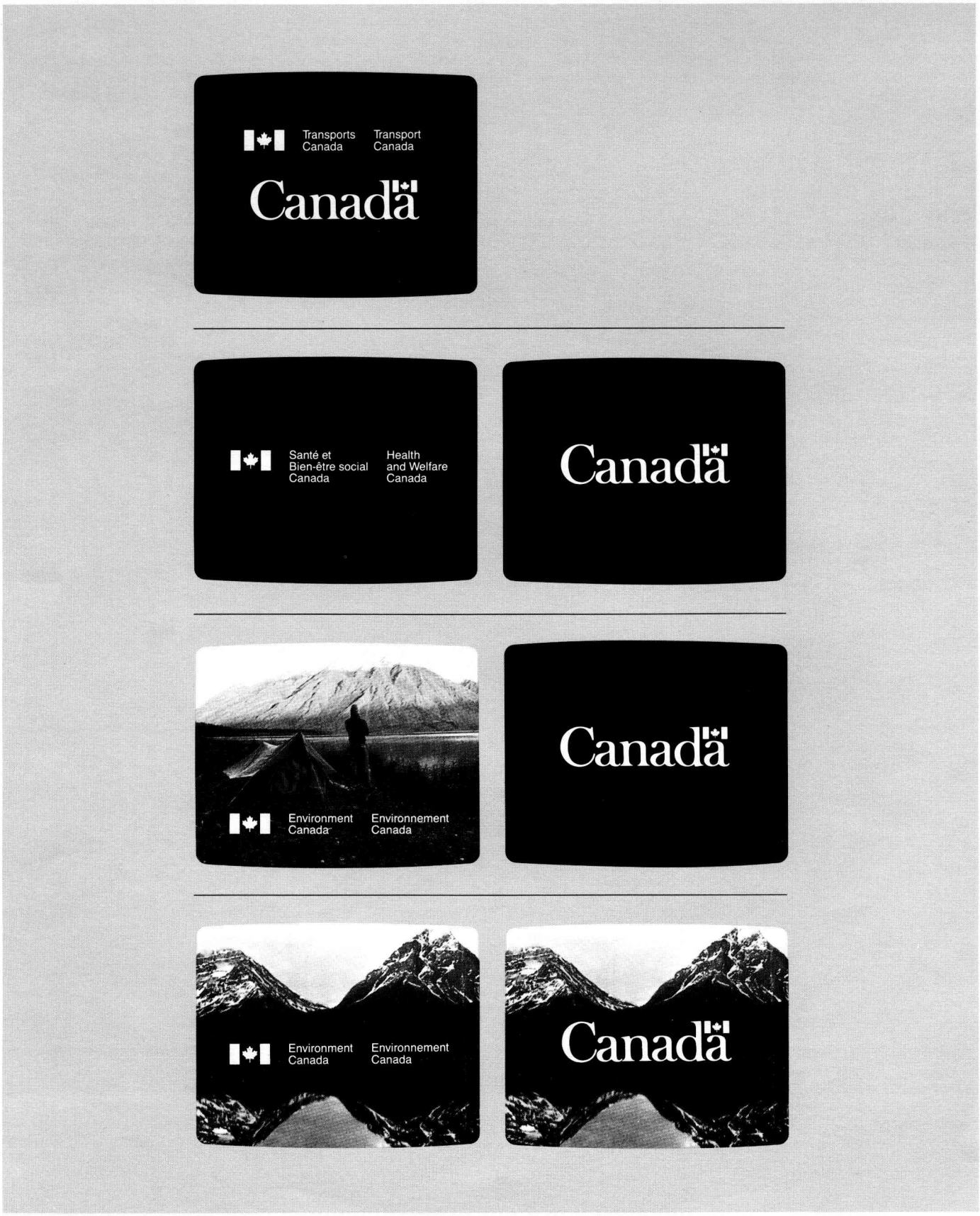
Présentation du drapeau

Lorsqu'on utilise le rouge pour le drapeau du mot-symbole, l'espace derrière la feuille d'érable et entre les barres rouges peut être blanc ou de la même couleur que le fond. (Les barres rouges ne doivent en aucun cas être reliées par des traits horizontaux.)

Animation

On peut avoir recours à des techniques d'animation lorsqu'on emploie le mot-symbole « Canada », mais celui-ci devrait apparaître dans sa forme réelle à la dernière image de l'annonce.

Fig. 14


Transports Canada
Transport Canada
Canada
Santé et Bien-être social Canada
Health and Welfare Canada
Canada
Environment Canada
Environnement Canada
Canada
Environment Canada
Environnement Canada
Canada

Radio advertising

The sponsor of a radio commercial is identified by announcing, within an appropriate phrase, the applied title of the federal institution concerned or the words ''Government of Canada''. This announcement is made at the end of the message in the language of the station.

Publicité à la radio

Dans les annonces à la radio, l'institution commanditaire est identifiée par son titre d'usage ou le titre « Gouvernement du Canada » dans une expression convenable à la fin du message. Cette annonce se fait dans la langue de diffusion du poste émetteur.

Enquiries

Each institution is responsible for implementing these guidelines and has named an official (referred to as FIP Coordinator) to manage its corporate identity. All enquiries regarding the guidelines should be routed through the FIP Coordinator of the institution concerned.

Demandes de renseignements

Chaque institution est responsable de la mise en œuvre de ces lignes directrices et a nommé un représentant chargé de la gestion de son image de marque. Cette personne est le coordonnateur du PCIM. Toute demande de renseignements concernant ces lignes directrices devrait être acheminée par le biais du coordonnateur de l'institution concernée.

Treasury Board of Canada Secretariat

Conseil du Trésor du Canada Secrétariat

Federal Identity Program Manual

Manuel du Programme de coordination de l'image de marque

Published Material

Corporate identity guidelines

Matériel publié

Lignes directrices relatives à l'image de marque

July 1990

Juillet 1990

5.2

Canada

Table of contents

Introduction 3
Scope 3
Definitions 3

Basic considerations 4

Planning 4
Context 4
Use of signatures 5

Design considerations 6

Signatures 6
Presentation 6
Colour and contrast 7

Co-published products 8

Enquiries 8

Table des matières

Introduction 3
Portée 3
Définitions 3

Principaux points à considérer 4

Planification 4
Contexte 4
Utilisation des signatures 5

Points à considérer pour le design 6

Signatures 6
Présentation 6
Couleurs et contrastes 7

Coédition 8

Demandes de renseignements 8

Introduction

Information material published by federal institutions should be clearly and consistently identified. These guidelines explain how government policy on the use of corporate signatures and the ''Canada'' wordmark should be implemented. They are intended to promote clear and consistent identification of published material while allowing flexibility in applying the federal identity. The guidelines are meant to assist all those involved in managing, planning or designing information products.

Applicable publications

This guide should be used with the following policies or guidelines:

Communications Volume, *Treasury Board Manual*
- Government Communications Policy, including Publishing Guidelines
- Federal Identity Program Policy, including Appendix A, Official languages

Federal Identity Program Manual
- 1.0 Management guide to corporate identity
- 1.1 Design

Scope

These guidelines describe the use of signatures and the ''Canada'' wordmark when identifying published material, which comprises both printed and electronic products and includes these fields of application:

- books, booklets, periodicals, monographs, brochures, leaflets, newsletters, bulletins, maps;
- posters, display cards, public notices;
- packaging or labels that identify disks, cassettes, audio tapes or microforms;
- information kits, loose-leaf binders or similar holders of printed material;
- electronic products requiring on-screen identification;
- alternate media designed for communications with disabled persons.

Definitions

For easy reference, certain terms established for Federal Identity Program (FIP) purposes are included here.

''Canada'' wordmark: the global identifier of the government; it consists of the word ''Canada'' with the Canadian flag over the final ''a''.

Signature: the combination of a symbol and a title. (Also referred to as the corporate signature.)

Introduction

Les documents d'information publiés par les institutions fédérales devraient être identifiés de façon claire et uniforme. Les présentes lignes directrices expliquent la politique du gouvernement sur l'utilisation de la signature et du mot-symbole «Canada». Elles cherchent à promouvoir l'identification claire et uniforme du matériel publié tout en assurant une certaine souplesse quant à l'usage des éléments de l'image de marque. Elles devraient aider tous les intervenants chargés de la gestion, de la planification et du design des produits d'information.

Publications relatives au sujet

Cette section devrait être consultée avec les politiques ou lignes directrices suivantes:

Volume des communications, *Manuel du Conseil du Trésor*
- Politique du gouvernement en matière de communications, y compris les Lignes directrices en matière d'édition
- Politique du Programme de coordination de l'image de marque, y compris l'appendice A, Langues officielles

Manuel du Programme de coordination de l'image de marque
- 1.0 Guide de gestion en matière de l'image de marque
- 1.1 Design

Portée

Les présentes lignes directrices décrivent l'utilisation des signatures et du mot-symbole «Canada» pour identifier le matériel publié, ce qui comprend les produits imprimés et les produits électroniques, ainsi que les domaines d'application suivants:

- livres, brochures, périodiques, monographies, opuscules, feuillets, bulletins, communiqués, cartes;
- affiches, placards, avis au public;
- emballages ou étiquettes servant à identifier les disquettes, les cassettes, les bandes audio ou les microfiches;
- les trousses d'information, les cahiers à anneaux ou autres reliures du genre qui renferment du matériel imprimé;
- produits électroniques qui doivent porter une marque d'identification à l'écran;
- autres supports de communication à l'intention des personnes handicapées.

Définitions

Pour faciliter la consultation, nous avons inclus un certain nombre de termes employés dans le Programme de coordination de l'image de marque (PCIM).

Mot-symbole «Canada»: il s'agit de l'identificateur universel du gouvernement; il comprend le mot «Canada», accompagné du drapeau canadien au-dessus du «a» final.

Signature: ensemble constitué d'un symbole et d'un titre.

Basic considerations

Planning

An institution's corporate identity should be presented as an integral part of a publication. This means looking at corporate identity in terms of communications objectives, program delivery and service to the public. In practical terms the following points should be considered:

- Which signature is appropriate (e.g. regular signature or variant)?
- Should a visual relationship exist between content and corporate identity?
- How should the corporate identity be presented (e.g. level of prominence, visibility)?
- What functional requirements should be met to assist users to gain access to or retrieve the publication?

By considering each of these points, corporate identity becomes part of the planning process. The key is to apply it in a purposeful manner.

Using a global approach

It is often more effective to look at corporate identity requirements globally rather than dealing with each product. This means that an institution rationalizes the design of its publications in conjunction with corporate identity requirements, and develops graphic standards to establish a corporate "look". This practice is outlined in the "Management guide to corporate identity" and suggested for institutions with major publishing programs.

Context

When planning a publication it may help to analyze visual context when presenting the identifying elements together with the title.

For example, the context in which the title will appear should be considered when determining the wording. Concepts conveyed by the corporate signature and "Canada" wordmark (e.g. Canadian, Canada, government, federal or national) may not need to be included in the publication's title. Titles should be sufficiently descriptive to assist users but be as brief as possible.

Numerous options exist when developing a design integrating title or message, corporate identity, and all other graphic elements. To determine which presentation is most appropriate, certain questions can help in the critical assessment of a design proposal. It may seem simplistic to look at publication design in such terms, but the sole purpose of this is to develop and strengthen visual context and meaning. Typical questions are:

Why is **this** *significant?*
What does this **mean**?
Would this **help** *users?*
What if this appeared **here**?
What if **this** *were omitted?*

Principaux points à considérer

Planification

L'image de marque d'une institution doit faire partie intégrante des publications. En d'autres termes, il faut l'envisager sous l'angle des objectifs en matière de communication, de prestation du programme et du service au public. Sur le plan pratique, voici certains points à considérer:

- Quelle signature s'impose (par exemple, signature habituelle ou une variante)?
- Devrait-il exister un lien visuel entre le contenu et l'image de marque?
- Comment l'image de marque devrait-elle être présentée (importance, visibilité)?
- Quelles exigences fonctionnelles doivent être respectées afin d'aider les utilisateurs à chercher ou à se procurer la publication?

Si l'on tient compte de chacun de ces points, on intègre l'image de marque au processus de planification. La clé est de savoir l'utiliser à bon escient.

L'approche globale

Il est souvent préférable d'envisager les exigences en matière d'image de marque pour l'ensemble des publications plutôt que pour chacune prise individuellement. Ainsi, l'institution applique les exigences en matière d'image de marque au design de ses publications et élabore des normes graphiques qui lui permettent de se créer un «caractère» distinctif. Cette pratique, décrite dans le «Guide de gestion en matière de l'image de marque», est recommandée pour les institutions ayant de grands programmes d'édition.

Contexte

Au moment de la planification d'une publication, il peut être utile d'analyser le contexte visuel lorsque les éléments d'identification et le titre sont présentés.

Par exemple, il faut tenir compte du contexte dans lequel devra figurer le titre au stade du choix du libellé. Il n'est pas toujours nécessaire d'indiquer dans le titre de la publication les idées transmises par la signature et le mot-symbole «Canada» (soit: canadien, du Canada, gouvernemental, fédéral, national). Les titres doivent renfermer des précisions qui aident les utilisateurs sans toutefois être trop longs.

Il existe de nombreuses options au moment de l'élaboration d'un design qui incorpore le titre ou le message, l'image de marque et tous les autres éléments graphiques. Les questions suivantes permettront d'évaluer un projet de design et de choisir la présentation qui convient le mieux. Il peut sembler simpliste d'aborder ainsi le design des publications, mais le but ultime est de trouver un contexte et un sens visuels et de les renforcer. Voici certaines questions qui pourraient être posées:

Est-ce que **ceci** *est important?*
Quel en est le **sens**?
Est-ce que ceci **aidera** *les utilisateurs?*
Si ceci paraissait **là**?
Si on omettait **ceci**?

Other identifiers

The *Publishing Guidelines* referred to in the Introduction set out the requirements for a catalogue number, ISBN (International Standard Book Number), ISSN (International Standard Serial Number), and CIP (Cataloguing in Publication) data. These identifiers should be displayed in a consistent manner to assist users.

Note: Catalogue numbers, ISBNs and CIP data are available from the Canadian Government Publishing Centre; ISSNs are provided by the National Library of Canada.

Use of signatures

The signature normally used by the publishing institution is applicable in most cases but other options may be considered. For example, a variant of the signature can be created when a particular program or service needs to be identified. The development and use of signature variants is described in section 1.1, ''Design''.

''Government of Canada'' signature

Information products on government-wide initiatives or programs sponsored by more than one department should normally be identified by the ''Government of Canada'' signature. As needed, the titles of the federal institutions involved may be referred to elsewhere, e.g. in an introductory text or on the title page.

Autres identificateurs

On retrouve dans les *Lignes directrices en matière d'édition* mentionnées dans l'Introduction les exigences relatives aux données sur le numéro de catalogue, l'ISBN (numéro international normalisé du livre), l'ISSN (numéro international normalisé des publications en série) et le CIP (catalogage avant publication). Ces identificateurs doivent être présentés de façon uniforme pour faciliter la consultation par les utilisateurs.

Note: On peut obtenir les données sur les numéros de catalogue, les ISBN et les CIP auprès du Centre d'édition du gouvernement du Canada, et les ISSN auprès de la Bibliothèque nationale du Canada.

Utilisation des signatures

Dans la plupart des cas, l'institution éditeur apposera sa signature habituelle quoiqu'elle peut se prévaloir d'autres options. Par exemple, elle peut créer une variante de sa signature pour identifier un programme ou un service particulier. La section 1.1, «Design», traite de la création et de l'utilisation des variantes de signatures.

Signature «Gouvernement du Canada»

Les produits d'information qui portent sur des initiatives à l'échelle du gouvernement ou sur un programme parrainé par plus d'un ministère devraient habituellement être identifiés par la signature «Gouvernement du Canada». Au besoin, le nom des institutions fédérales qui participent à l'initiative ou au programme peut être mentionné ailleurs, par exemple dans une introduction ou sur la page de titre.

Design considerations

Designers have various options when applying the corporate identity and the technical advice given here is not intended to limit the creative process. The following subjects are fully described and illustrated in section 1.1, ''Design''.

Signatures

The layout, typeface and type size of a signature are variable. This means that a signature may consist of a layout having one, two or three lines and may use Helvetica light, regular or medium in an appropriate size.

Typeface

One of three typefaces (Helvetica light, regular or medium) may be used for signatures. The choice is at the discretion of the designer.

Type size

The type size of the signature should be appropriate in relation to the overall presentation. This means selecting a type size that is compatible with the other graphic elements and allocating adequate space for the signature within the layout.

Type size or weight variations

When a signature includes additional words such as a service title, different sizes or weights of type may be used to make the important information stand out.

Coat of Arms signature

Institutions that use the Coat of Arms for identification may choose one of two signature layouts: symmetrical or asymmetrical.

Presentation

Designers have certain flexibility when displaying the signature and wordmark. The principle is to meet corporate and communications objectives when making design decisions.

The ''Canada'' wordmark has been defined as the dominant symbol of the federal identity. This aspect should be reflected when presenting the wordmark on a product.

General rules on using the signature and wordmark are provided in ''Visual criteria'', section 1.1. These include the principle that they should appear separated from each other when displayed on the same surface. The signature and wordmark should be seen as two distinct elements and their visual relationship is dependent on factors such as relative position, size, and the use of colour including positive or negative forms.

On multi-page products, the signature and wordmark may be presented on the same page or on different pages, and they may be displayed on the front cover, the title page, an inside page, or the spine (if applicable).

Points à considérer pour le design

De nombreuses options s'offrent aux concepteurs au moment de l'application des éléments de l'image de marque, et les conseils techniques qui suivent ne veulent en aucun cas brimer la créativité. La section 1.1, «Design», traite en détail des sujets qui suivent et donne des exemples.

Signatures

La disposition, le caractère et le corps d'une signature varient. La signature peut donc se composer de caractères Helvetica maigre, normal ou demi-gras du corps approprié et peut être disposé sur une, deux ou trois lignes.

Caractères

Trois caractères (Helvetica maigre, normal ou demi-gras) peuvent être utilisés dans les signatures, au choix du concepteur.

Corps des caractères

Le corps devrait convenir à la présentation générale, c'est-à-dire qu'il devrait être compatible avec les autres éléments graphiques. Il faut également prévoir assez d'espace pour la signature dans la présentation.

Variations dans le corps ou la graisse des caractères

Lorsque la signature comporte d'autres mentions, comme le titre d'un service, on peut apporter des variations dans le corps ou la graisse des caractères pour faire ressortir les éléments importants.

Signature avec armoiries

Les institutions identifiées par les armoiries peuvent choisir de présenter leur signature de façon symétrique ou asymétrique.

Présentation

Les concepteurs jouissent d'une certaine souplesse lorsqu'ils présentent la signature et le mot-symbole. Les décisions au point de vue de la conception devraient se fonder sur les objectifs de l'institution et de communication.

Le mot-symbole «Canada» a été défini comme le symbole principal de l'image de marque. Il faut tenir compte de cela dans la présentation du mot-symbole sur le produit.

La rubrique «Règles visuelles» dans la section 1.1, renferme des règles générales d'utilisation de la signature et du mot-symbole. Il s'agit, entre autres, de séparer la signature du mot-symbole lorsque les deux paraissent sur la même surface, car ils constituent deux éléments distincts. Le lien visuel entre les deux doit être établi par des facteurs comme leur position relative, leur taille et l'utilisation de la couleur, y compris les formes négatives et positives.

Dans le cas de produits comportant de nombreuses pages, les options suivantes existent: présenter la signature et le mot-symbole sur la même page ou sur des pages différentes; et les mettre sur la couverture, la page de titre, une page de garde ou le dos (s'il y a lieu).

Other symbols

Although restricted by FIP policy, there are cases where symbols other than the government's corporate symbols may appear on published material. For example, the President of the Treasury Board may approve, for government-wide use, a symbol that promotes a major program or event sponsored or supported by the Government of Canada.

When displaying such a symbol, it should appear well separated from the signature and wordmark. To avoid visual conflict between symbols, it is important to select an appropriate size and spatial relationship.

Colour and contrast

To enhance recognition and to maintain the integrity of the government's corporate identity, basic rules with respect to colour and contrast apply.

Signature

Normally the same colour should be used when reproducing both the flag and the type. The use of colour and contrast is as follows:

- black (or dark coloured) signature on a white (or light coloured) background; or
- white (or light coloured) signature on a black (or dark coloured) background.

Note: In cases where FIP red is being used for reproduction, the flag may be rendered in red while the type appears in black or white, as appropriate.

"Canada" wordmark

The wordmark may be reproduced with both the type and the flag appearing in the same colour, or, if FIP red is being used, the flag may be rendered in red. The options are:

- black (or dark coloured) wordmark on a white (or light coloured) background;
- white (or light coloured) wordmark on a black (or dark coloured) background;
- where FIP red is being used for reproduction, the flag may be rendered in red while the type appears in black or white, as appropriate.

Autres symboles

Malgré les restrictions prévues par la politique du PCIM, certains symboles autres que les symboles du gouvernement peuvent paraître sur le matériel publié. Par exemple, le président du Conseil du Trésor peut approuver un symbole qui sera utilisé partout au gouvernement pour faire la promotion d'un grand programme ou événement parrainé ou appuyé par le gouvernement du Canada.

Lorsqu'un tel symbole est présenté, il devrait vraiment se distinguer de la signature et du mot-symbole. Il importe, afin d'éviter de confondre visuellement ces symboles, de choisir une taille et une relation spatiale qui conviennent.

Couleurs et contrastes

Afin de faciliter la reconnaissance et d'assurer l'intégrité de l'image de marque, il faut respecter des règles de base concernant les couleurs et les contrastes.

Signature

Habituellement, le drapeau et le caractère devraient être de la même couleur. Voici les couleurs et les contrastes à utiliser:

- signature en noir (ou de couleur foncée) sur fond blanc (ou de couleur pâle);
- signature en blanc (ou de couleur pâle) sur fond noir (ou de couleur foncée).

Note: Lorsque le rouge du PCIM est utilisé, le drapeau peut être en rouge et les caractères en noir ou en blanc, selon le cas.

Mot-symbole «Canada»

Le caractère et le drapeau du mot-symbole peuvent être de la même couleur, ou, si le rouge du PCIM est utilisé, le drapeau peut être en rouge. Voici les options:

- mot-symbole en noir (ou de couleur foncée) sur fond blanc (ou de couleur pâle);
- mot-symbole en blanc (ou de couleur pâle) sur fond noir (ou de couleur foncée);
- lorsque le rouge du PCIM est utilisé, le drapeau peut être en rouge et les caractères en noir ou en blanc, selon le cas.

Co-published products

Products published by a private publisher in cooperation with federal institutions are not subject to FIP policy and therefore do not bear the government's corporate identity.

Basic requirements for indicating the government's involvement in a product are set out in the terms and conditions of the contract for co-published products. These call for a statement normally shown on (or the reverse of) the title page; here is an example:

Published by NC Press Limited in cooperation with Agriculture Canada and the Canadian Government Publishing Centre, Supply and Services Canada.

Coédition

Les produits publiés par une entreprise du secteur privé en collaboration avec une institution fédérale ne sont pas assujettis à la politique du PCIM et ne portent donc pas l'image de marque du gouvernement.

Les exigences de base relatives à l'identification de la participation du gouvernement sont exposées dans le contrat de coédition. Il s'agit essentiellement d'une déclaration qui figure sur la page de titre (ou au verso de cette dernière). Voici un exemple:

Publié par les Éditions Françaises Inc. en collaboration avec Agriculture Canada et le Centre d'édition du gouvernement du Canada, Approvisionnements et Services Canada.

Enquiries

Each institution has named an official (referred to as FIP Coordinator) to manage its corporate identity. All enquiries about these guidelines should be routed through the FIP Coordinator of the institution.

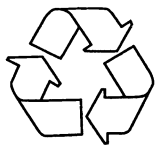
Enquiries by organizational headquarters should be directed to the Administrative Policy Branch of Treasury Board Secretariat.

Demandes de renseignements

Chaque institution a désigné un fonctionnaire (appelé le coordonnateur du PCIM) chargé de la gestion de l'image de marque. Toutes les demandes de renseignements concernant les lignes directrices devraient être acheminées au coordonnateur de l'institution concernée.

Les sièges sociaux d'organismes devraient adresser leurs demandes de renseignements à la Direction de la politique administrative du Secrétariat du Conseil du Trésor.

Printed on paper containing recycled fibers



Imprimé sur du papier contenant des fibres recyclées

Treasury Board of Canada
Secretariat

Conseil du Trésor du Canada
Secrétariat

Federal Identity
Program
Manual

Manuel du Programme
de coordination
de l'image de marque

Shared-cost programs

Identification of sponsors

March 1989

Programmes à coûts partagés

Identification des commanditaires

Mars 1989

5.4

Canada

Table of contents

Introduction 3

Overview 3
Scope 4
Contract terms 4
Definitions 4

Identification of the sponsors 5

Means of federal identification 5
Language requirements for titles 6
Design criteria 6
Order of precedence 6

Examples of identification 7

Application of signatures 7
Application of wordmarks 9
Use of credit lines 10

Armorial bearings and flags 11

Enquiries 12

Table des matières

Introduction 3

Vue d'ensemble 3
Portée 4
Marchés 4
Définitions 4

Identification des commanditaires 5

Identification d'une institution fédérale 5
Exigences linguistiques concernant les titres 6
Critères de conception 6
Ordre de préséance 6

Exemples d'identification 7

Signatures 7
Mot-symboles 9
Emploi des mentions 10

Drapeaux et armoiries 11

Demandes de renseignements 12

Introduction

Government policy requires that federal participation in shared-cost programs be identified when informing the public about such programs.

The principle of federal identity is set out in the Federal Identity Program (FIP) policy which states: ''federal participation in shared-cost programs should be clearly identified to enable the public to recognize the role of the sponsors''. In applying this principle to a particular shared-cost program, the policy refers to the responsibility of the appropriate Minister to determine whether or not federal participation merits identification of the government in publicity associated with that program.

The need for guidelines became evident following a review of publicity for shared-cost programs. Most of the examples indicated a lack of consistency and clarity in identifying the federal government.

Further to the principles set out in the policy, these guidelines are intended to serve the following objectives:

- improve the methods of presenting the corporate identifiers of the sponsors of a shared-cost program;
- assist in developing clear and effective visual communications that inform the public about the nature of the program and identify its sponsors in a consistent manner.

These guidelines should be used with Chapter 470, ''Federal Identity Program'', and Chapter 480, ''Government Communications Policy'', of the *Administrative Policy Manual*. The policy on the use of the official languages in the identification of shared-cost programs is set out in Chapter 470.

Section 1.1, ''Design'', of the FIP Manual contains comprehensive guidelines on the government's symbols, signatures, standard typefaces and the use of colour.

Overview

It is obvious that symbols are intrinsically distinctive. A great variety of symbols such as logotypes, emblems, wordmarks, signatures and coats of arms are used to identify governments, institutions and companies **(Fig. 1)**.

The meaning of symbols is established according to the context in which they are seen. Normally, a symbol is

Introduction

L'administration fédérale a comme politique de souligner sa participation aux programmes à coûts partagés lorsqu'elle informe le grand public de tels programmes.

Le principe de l'image de marque fédérale est énoncé dans la politique du Programme de coordination de l'image de marque (PCIM), qui précise que « ...la participation d'un organisme fédéral à des programmes à coûts partagés devrait être clairement soulignée pour que le public puisse reconnaître le rôle des commanditaires ». Si on applique ce principe à un programme précis, cela signifie que le ministre responsable doit déterminer s'il convient d'indiquer la contribution fédérale dans la publicité se rapportant à ce programme.

La nécessité de lignes directrices s'est imposée suite à un examen de la publicité sur les programmes à coûts partagés. En effet, l'identification de l'administration fédérale manque, dans la plupart des cas, d'uniformité et de clarté.

En plus d'assurer le respect des principes énoncés dans la politique, les lignes directrices ont pour but de répondre aux objectifs suivants:

- améliorer les méthodes d'identification des commanditaires d'un programme à coûts partagés;
- contribuer à la préparation de communications visuelles claires et efficaces permettant d'informer le grand public de la nature du programme et d'identifier ses commanditaires de façon uniforme.

Les présentes lignes directrices devraient être utilisées conjointement avec le chapitre 470, « Programme de coordination de l'image de marque », et le chapitre 480, « Politique du gouvernement en matière de communications », du *Manuel de la politique administrative*. En matière des langues officielles, les pratiques doivent suivre la politique concernant l'identification des programmes à coûts partagés exposée au chapitre 470.

La section 1.1, « Design », du Manuel du PCIM renferme des lignes directrices exhaustives au sujet des symboles, des signatures, des caractères typographiques et des couleurs employés par le gouvernement.

Vue d'ensemble

Il va sans dire que chaque symbole présente des caractéristiques qui lui sont propres. Il existe toutes sortes de symboles (logotypes, emblèmes, mot-symboles, signatures et armoiries) permettant d'identifier une administration publique, un organisme ou une compagnie **(Fig. 1)**.

applied individually, not in context with other symbols. When symbols are presented together, their significance changes and meanings may be affected.

Certain principles should be observed when designing information material that includes the corporate identifiers of different sponsors. The guidelines were developed to assist administrators, communications advisors and designers responsible for the planning of publicity.

Scope

Guidelines set out the requirements when identifying the Government of Canada as a sponsor of a shared-cost program. These guidelines apply to a broad range of material including publications, forms, news releases, advertisements, audio-visuals, exhibits and signs.

It is recognized that joint identification may also be required for purposes other than shared-cost programs. The principles set out in these guidelines would apply there as well.

Contract terms

Chapter 470 includes this directive: ''...a federal organization entering into a contract or agreement with another level of government or a private institution shall include therein provisions that set out the terms for joint identification of the sponsors''. Generally, such terms would be developed in the context of the communications plan for a shared-cost program. The terms should refer to the method of identification, the order of precedence, the use of the two official languages, and the use of colour.

Government cheques

The Receiver General cheque is a payment instrument approved by the Treasury Board pursuant to section 28(1) of the *Financial Administration Act*. The inclusion of the corporate identity of another sponsor on the cheque would represent a new instrument requiring Treasury Board approval. Federal institutions should consult the Accounting, Banking and Compensation Directorate, Supply and Services Canada, regarding operational considerations when including other corporate identifiers on Receiver General cheques.

Definitions

For purposes of these guidelines the following definitions apply:

corporate identifier refers to a graphic device intended to identify an institution; for example, signatures, logotypes, wordmarks, emblems.

identification refers to applying the corporate identifiers of the sponsors when informing the public about a shared-cost program.

shared-cost program includes any activity, project or facility (within Canada) that is funded jointly by a federal organization with another level of government or with a private institution.

signature: The combination of a symbol and a title.

La signification des symboles varie selon le contexte dans lequel ils apparaissent. En règle générale, ils sont utilisés seuls. Avec d'autres, ils peuvent changer de signification et revêtir une importance différente.

Il faut respecter certains critères lorsqu'on prépare des documents d'information dans lesquels sont identifiés plusieurs commanditaires. Les présentes lignes directrices ont pour but de faciliter la tâche aux administrateurs, conseillers en communications et concepteurs responsables de la planification de la publicité.

Portée

Les lignes directrices que voici énoncent les exigences à respecter lorsqu'on souligne la participation du gouvernement du Canada à un programme à coûts partagés. Elles s'appliquent à toute une gamme d'articles tels que les publications, formulaires, communiqués de presse, annonces publicitaires, montages audio-visuels, expositions et panneaux.

Les présentes lignes directrices s'appliquent également lorsqu'il faut procéder à une identification conjointe dans des cas autres que les programmes à coûts partagés.

Marchés

Le chapitre 470 précise qu': « ...un organisme fédéral qui conclut un marché ou une entente avec un autre palier de gouvernement ou une institution privée doit y inclure des dispositions qui établissent les conditions de l'identification des commanditaires ». En règle générale, ces dispositions sont élaborées en fonction du plan de communication relatif à un programme à coûts partagés. Les dispositions devraient se rapporter à la méthode d'identification, à l'ordre de préséance, à l'utilisation des langues officielles ainsi que des couleurs.

Chèques émis par l'administration fédérale

Les chèques émis par le Receveur général constituent un instrument de paiement approuvé par le Conseil du Trésor en vertu du paragraphe 28(1) de la *Loi sur la gestion des finances publiques*. L'ajout de l'image de marque d'un autre commanditaire sur le chèque créerait un nouvel instrument qui exigerait l'approbation du Conseil du Trésor. Les institutions fédérales devraient consulter la Direction de la comptabilité, de la gestion bancaire et de la rémunération, Approvisionnements et Services Canada, pour connaître les considérations opérationnelles associées à l'ajout d'autres identificateurs sur les chèques du Receveur général.

Définitions

Les définitions suivantes s'appliquent aux fins des présentes lignes directrices.

identificateur: dispositif graphique destiné à identifier un organisme (signature, logotype, mot-symbole, emblème).

identification: utilisation de l'identificateur d'un commanditaire pour informer le grand public au sujet d'un programme à coûts partagés.

programme à coûts partagés: activité, projet ou installation (au Canada) financé conjointement par un organisme fédéral et un autre palier de gouvernement, ou une entreprise privée.

signature: association d'un symbole et d'un titre.

Identification of sponsors

The identification of sponsors should be based on two principles, **equivalence and brevity**. This means:

- presenting the sponsors as equal partners in a joint enterprise; and
- identifying the sponsors in a concise and clear manner to ensure optimum recognition.

Means of federal identification

Normally, the corporate identity of the Government of Canada is expressed by an appropriate signature (incorporating the flag or the Coat of Arms) and the "Canada" wordmark. However, this requirement does not apply to shared-cost programs. As applicable, one of the following means should be used to identify federal sponsorship:

Coat of Arms: Generally, the Coat of Arms is used to identify ministers and certain quasi-judicial institutions. (See Chapter 470 for details on the use of the Coat of Arms with respect to FIP policy.) Other usages are described under "Use of armorial bearings and flags" in this section.

Federal signature: As required, it may consist of the signature of the institution concerned, or the "Government of Canada" signature.

"Canada" wordmark: The wordmark may serve as the identifier, provided that an appropriate reference to the Government of Canada (or one of its institutions) is made in the text or in an acknowledgement.

Credit line: Should the use of any of the above identifiers be inappropriate or not feasible, federal participation may be indicated by a credit line. This applies particularly in cases where many sponsors are involved.

Choosing the method

When determining which method should be used for a particular application, the following factors should be considered:

- the nature of the program and the communication objectives;
- whether there is a need to identify the departments or agencies as opposed to the governments concerned (e.g. "Environment Canada" and "Saskatchewan Environment" instead of "Government of Canada" and "Government of Saskatchewan");
- the medium to be used (e.g. a sign, an advertisement);
- the feasibility of displaying corporate identifiers when space is limited (e.g. when there is a choice between signature and wordmark, the latter would be more compact and easier to apply).

In conjunction with any one of these methods, it may be helpful to use a statement amplifying the roles of the sponsors. Here is an example.

This project is jointly funded by Energy, Mines and Resources Canada and the Ontario Ministry of Energy under the 1986 Agreement to promote energy conservation projects and the development of alternative energy technologies.

Identification des commanditaires

L'identification des commanditaires devrait être fondée sur deux principes, **l'équivalence et la brièveté**, c'est-à-dire:

- présenter les commanditaires comme des associés à parts égales dans une entreprise conjointe; et
- identifier les commanditaires de façon claire et concise, pour faciliter la reconnaissance.

Identification d'une institution fédérale

En règle générale, l'image de marque du gouvernement du Canada est exprimée au moyen d'une signature appropriée (comprenant le drapeau ou les armoiries) et le mot-symbole « Canada ». Toutefois, dans le cas des programmes à coûts partagés, il faut procéder d'une des façons suivantes, selon le cas:

Armoiries: En règle générale, elles sont employées pour identifier les ministres et certaines institutions quasi-judiciaires. (Consulter le chapitre 470 pour plus de détails au sujet de l'utilisation des armoiries dans le cadre du Programme de coordination de l'image de marque.) Les autres utilisations sont décrites à la rubrique « Drapeaux et armoiries » de la présente section.

Signature fédérale: Il peut s'agir de la signature de l'institution concernée ou de la signature « Gouvernement du Canada ».

Mot-symbole « Canada »: Le mot-symbole peut servir comme identificateur à condition que le texte fasse une référence appropriée au gouvernement du Canada ou à l'une de ses institutions.

Mention: Lorsque les identificateurs ci-dessus ne conviennent pas ou qu'il est impossible de les utiliser, on peut souligner la contribution du gouvernement fédéral au moyen d'une mention. C'est le cas notamment si les commanditaires sont nombreux.

Choix d'une méthode

Lorsque vient le temps de déterminer la méthode à utiliser dans un cas particulier, il faut tenir compte des facteurs suivants:

- la nature du programme et l'objectif de communication visé;
- la nécessité d'identifier les ministères ou organismes plutôt que les gouvernements concernés (par exemple, « Environnement Canada » et « Environnement Saskatchewan » plutôt que « Gouvernement du Canada » et « Gouvernement de la Saskatchewan »);
- le média utilisé (par exemple, un panneau d'identification, une annonce publicitaire);
- la possibilité d'utiliser un identificateur lorsque l'espace est restreint (ainsi, il est préférable d'utiliser un mot-symbole plutôt qu'une signature lorsque l'espace est restreint).

Quelle que soit la méthode employée, il peut s'avérer utile de rédiger un bref communiqué soulignant le rôle des commanditaires. Par exemple:

Ce projet est financé conjointement par Énergie, Mines et Ressources Canada et par le ministère de l'Énergie de l'Ontario en vertu d'une entente conclue en 1986 pour promouvoir les projets de conservation de l'énergie et le développement des nouvelles sources d'énergie.

Language requirements for titles

When another government or a private institution is being identified in an announcement pertaining to a shared-cost program, its title (or signature) may be in English or French, or both, as required by the sponsor concerned.

The titles of federal institutions must appear in both official languages in a side by side format in all signatures.

Design criteria

These criteria are general and are based on common practices in the field of corporate identity. The requirements of different participants may vary. Therefore, good coordination is needed when designing a joint announcement bearing the identity of the sponsors.

Because corporate identifiers vary greatly in style and appearance, it is generally difficult to display them in close association. The following criteria should be observed when applying a signature, wordmark or other device:

- display in generous open space, free from close association with any interfering or distracting elements;
- respect visual equivalence, i.e. try to achieve visual balance between corporate identifiers on the basis of size, density, weight and colour;
- respect the graphic standards of the organization concerned, i.e. use the proper corporate symbol and typeface.

When preparing a layout, careful consideration should be given to the use of colour. Notwithstanding that colour is an important element of corporate identity and many institutions have adopted a specific colour for that purpose, the use of corporate colours may not always be appropriate in the context of joint identification. Communications will generally be more effective if colour is used in a uniform or neutral manner (the FIP provides a range of colour options which are detailed in section 1.1 of the FIP Manual).

Order of precedence

When two or more sponsors have to be identified, it follows that the order of precedence needs to be resolved. Agreement on which identifier should appear left (or above) and which identifier right (or below) should be sought when developing the communications plan for a shared-cost program. For example, the agreement may establish the order in accordance with the share of the financial contribution or the lead role of the participant who administers the program. Order of precedence may also be based on "seniority" of the different levels of government, i.e. federal, provincial, territorial, municipal.

Either a side-by-side or an over-and-under format may be used. The choice of format depends on the media used, as well as factors such as number of sponsors, layout of the message, and whether the presentation is unilingual or bilingual.

Exigences linguistiques concernant les titres

Lorsqu'une publicité relative à un programme à coûts partagés identifie un autre palier de gouvernement ou une entreprise privée, son titre (ou sa signature) peut être en français, en anglais, ou les deux, selon le vœu du commanditaire visé.

Les titres des institutions fédérales doivent apparaître dans les deux langues officielles, côte à côte, dans toutes les signatures.

Critères de conception

Ces critères généraux sont fondés sur les pratiques courantes dans le domaine de l'image de marque. Les exigences peuvent varier selon les participants. Par conséquent, il faut une bonne coordination au moment de concevoir une publicité renfermant les éléments de l'image de marque de plusieurs commanditaires.

Étant donné que le style et la présentation des identificateurs varient considérablement, il est généralement difficile de les afficher ensemble. Les critères suivants devraient être observés lorsqu'on applique une signature, un mot-symbole ou tout autre élément d'identification:

- bien dégager les identificateurs afin d'éviter tout risque d'association avec les éléments environnants;
- respecter le principe de l'équivalence visuelle, c'est-à-dire essayer d'atteindre un équilibre visuel entre les divers identificateurs en fonction de leur taille, de leur densité, de leur poids et de leur couleur;
- respecter les normes graphiques de l'organisme concerné, c'est-à-dire utiliser le symbole et les caractères typographiques appropriés.

Au moment de concevoir la disposition graphique, il faut bien étudier l'emploi de la couleur. Bien qu'elle constitue un élément important de l'image de marque et que de nombreux organismes ont adopté des couleurs dans cette optique, leur emploi n'est pas toujours approprié dans le cas d'une identification conjointe. La communication est généralement plus efficace lorsqu'on emploie la couleur d'une façon neutre ou uniforme (le Programme de coordination de l'image de marque prévoit une gamme de couleurs qui sont énumérées à la section 1.1 du Manuel du PCIM).

Ordre de préséance

S'il y a deux commanditaires ou plus, il faut d'abord déterminer l'ordre de préséance. Au moment de concevoir le plan de communication d'un programme à coûts partagés, il faut déterminer quel identificateur apparaîtra à gauche (ou au-dessus) et lequel apparaîtra à droite (ou au-dessous). Ainsi, par exemple, on peut établir l'ordre de préséance en fonction de la contribution financière ou du rôle de chaque commanditaire en ce qui a trait à l'administration du programme. L'ordre de préséance peut également être fondé sur « l'ancienneté » des différents paliers de gouvernement concernés (fédéral, provincial, territorial, municipal).

On peut employer la disposition côte à côte ou superposée, selon le média utilisé, et des facteurs tels que le nombre de commanditaires, la disposition du message et le caractère bilingue ou non de la présentation.

Examples of identification

Presented below are examples involving the use of signatures, wordmarks or credit lines. Most of the examples stem from actual applications. Some of them were modified to reflect the criteria set out in these guidelines.

Application of signatures

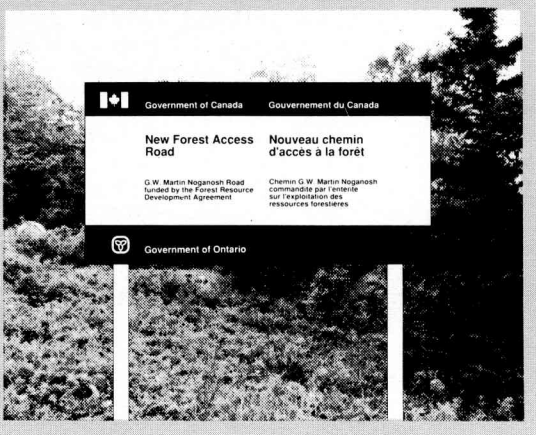
This is the method most commonly used when identifying the sponsors. The examples indicate how signatures may be presented (**Fig. 2**).

Exemples d'identification

Vous trouverez ci-dessous des exemples de signatures, de mots-symboles et de mentions. La plupart d'entre eux s'inspirent de cas réels, certains ont été modifiés en fonction des présentes lignes directrices.

Signatures

Il s'agit de la méthode employée le plus fréquemment pour identifier les commanditaires. Les exemples montrent comment on peut présenter les signatures (**Fig. 2**).


Government of Canada
Gouvernement du Canada
New Forest Access Road
Nouveau chemin d'accès à la forêt
G.W. Martin Noganosh Road funded by the Forest Resource Development Agreement
Chemin G.W. Martin Noganosh commandité par l'entente sur l'exploitation des ressources forestières
Government of Ontario

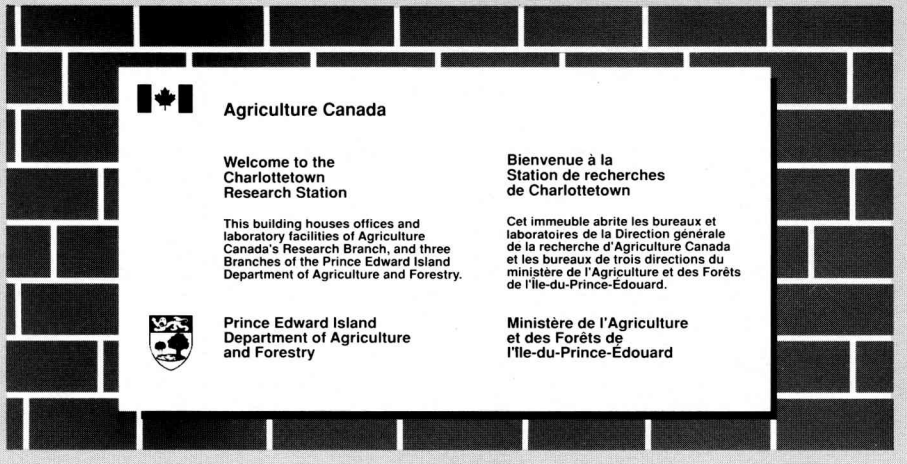
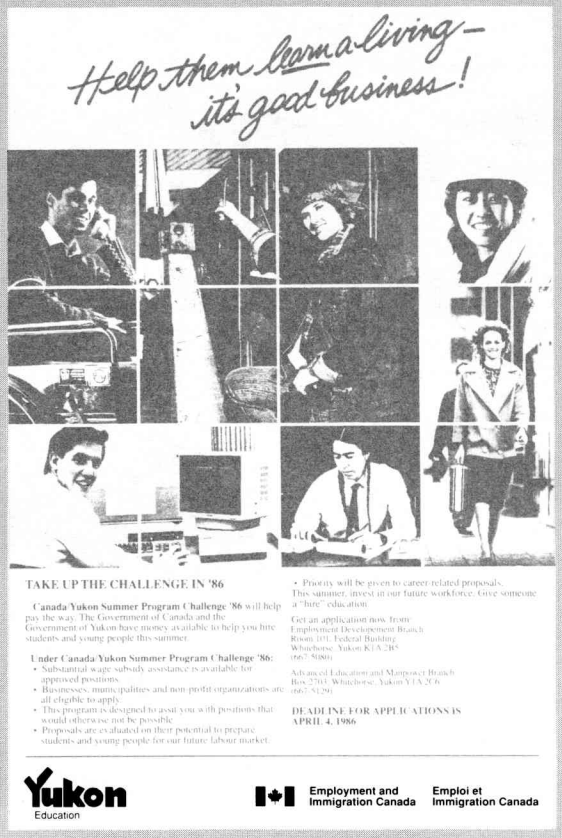

Agriculture Canada
Welcome to the Charlottetown Research Station
This building houses offices and laboratory facilities of Agriculture Canada's Research Branch, and three Branches of the Prince Edward Island Department of Agriculture and Forestry.
Prince Edward Island Department of Agriculture and Forestry
Bienvenue à la Station de recherches de Charlottetown
Cet immeuble abrite les bureaux et laboratoires de la Direction générale de la recherche d'Agriculture Canada et les bureaux de trois directions du ministère de l'Agriculture et des Forêts de l'Île-du-Prince-Édouard.
Ministère de l'Agriculture et des Forêts de l'Île-du-Prince-Édouard

Fig. 2 *(Continued Suite)*


Help them learn a living—it's good business!
TAKE UP THE CHALLENGE IN '86
Canada/Yukon Summer Program Challenge '86 will help pay the way. The Government of Canada and the Government of Yukon have monies available to help you hire students and young people this summer.
Under Canada/Yukon Summer Program Challenge '86:
• Substantial wage subsidy assistance is available for approved positions.
• Businesses, municipalities and non-profit organizations are all eligible to apply.
• This program is designed to assist you with positions that would otherwise not be possible.
• Proposals are evaluated on their potential to prepare students and young people for our future labour market.
• Priority will be given to career-related proposals. This summer, invest in our future workforce. Give someone a "hire" education.
Get an application now from:
Employment Development Branch
Room 105, Federal Building
Whitehorse, Yukon Y1A 2C6
(667-5080)
Advanced Education and Manpower Branch
Box 2703, Whitehorse, Yukon Y1A 2C6
(667-5129)
DEADLINE FOR APPLICATIONS IS APRIL 4, 1986
Yukon
Education
Employment and Immigration Canada
Emploi et Immigration Canada

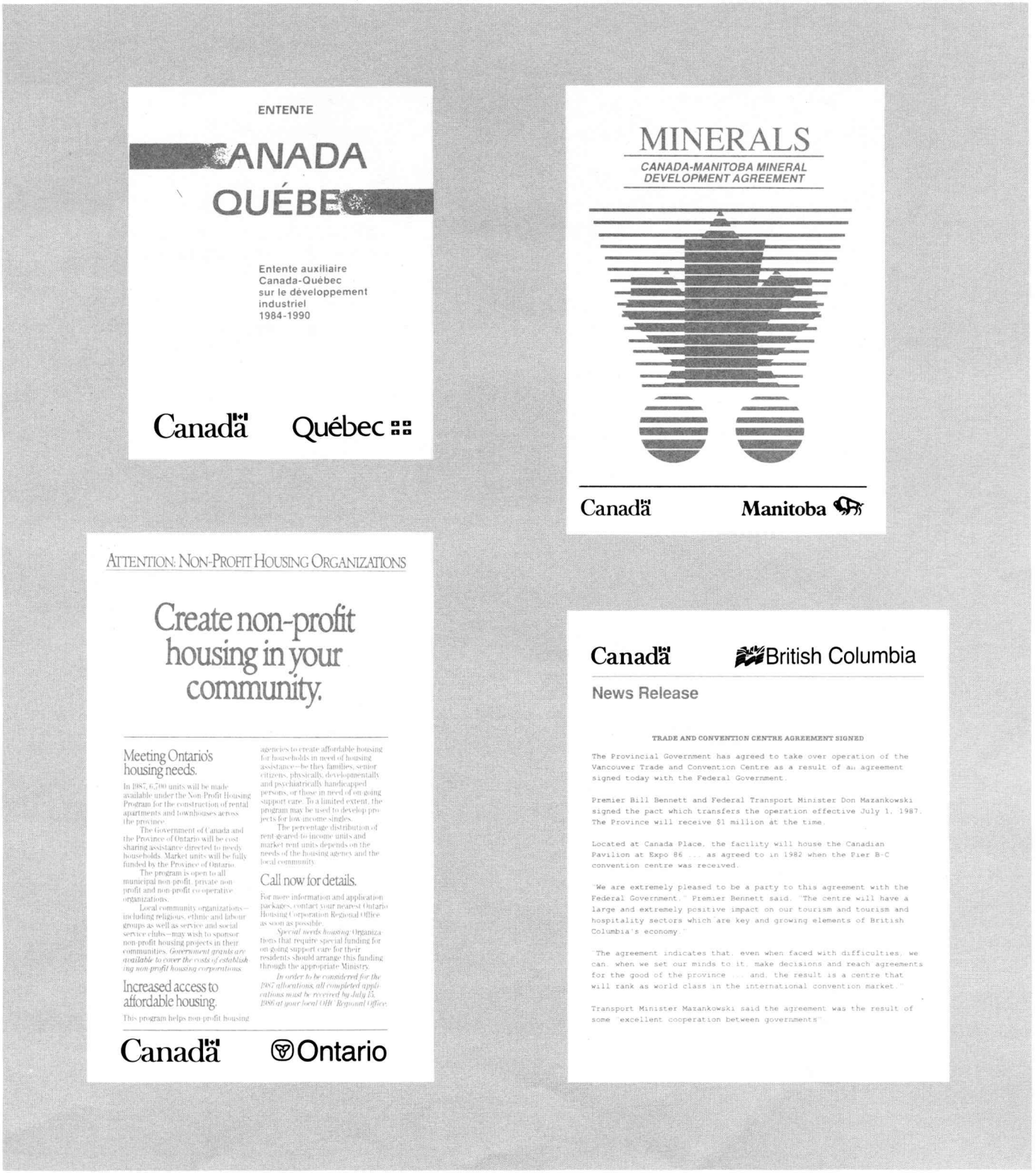
BREAK free
Health and Welfare Canada
Santé et Bien-être social Canada
canadian council on smoking and health
conseil canadien sur le tabagisme et la santé

Application of wordmarks

This method applies when the sponsors have agreed to use their respective wordmark. The examples indicate how this may be done **(Fig. 3)**.

Mot-symboles

Cette méthode convient lorsque les commanditaires ont accepté d'employer leur mot-symbole respectif. Les exemples montrent comment on peut présenter les mot-symboles **(Fig. 3)**.


ENTENTE
CANADA
QUÉBEC
Entente auxiliaire
Canada-Québec
sur le développement
industriel
1984-1990
Canada
Québec
MINERALS
CANADA-MANITOBA MINERAL
DEVELOPMENT AGREEMENT
Canada
Manitoba
ATTENTION: NON-PROFIT HOUSING ORGANIZATIONS
Create non-profit housing in your community.
Meeting Ontario's housing needs.
In 1987, 6,700 units will be made available under the Non-Profit Housing Program for the construction of rental apartments and townhouses across the province.
The Government of Canada and the Province of Ontario will be cost-sharing assistance directed to needy households. Market units will be fully funded by the Province of Ontario.
The program is open to all municipal non-profit, private non-profit and non-profit co-operative organizations.
Local community organizations—including religious, ethnic and labour groups as well as service and social service clubs—may wish to sponsor non-profit housing projects in their communities. Government grants are available to cover the costs of establishing non-profit housing corporations.
Increased access to affordable housing.
This program helps non-profit housing agencies to create affordable housing for households in need of housing assistance—be they families, senior citizens, physically, developmentally and psychiatrically handicapped persons, or those in need of on-going support care. To a limited extent, the program may be used to develop projects for low-income singles.
The percentage distribution of rent-geared-to-income units and market rent units depends on the needs of the housing agency and the local community.
Call now for details.
For more information and application packages, contact your nearest Ontario Housing Corporation Regional Office as soon as possible.
Special needs housing: Organizations that require special funding for on-going support care for their residents should arrange this funding through the appropriate Ministry.
In order to be considered for the 1987 allocations, all completed applications must be received by July 15, 1986 at your local OHC Regional Office.
Canada
Ontario
Canada
British Columbia
News Release
TRADE AND CONVENTION CENTRE AGREEMENT SIGNED
The Provincial Government has agreed to take over operation of the Vancouver Trade and Convention Centre as a result of an agreement signed today with the Federal Government.
Premier Bill Bennett and Federal Transport Minister Don Mazankowski signed the pact which transfers the operation effective July 1, 1987. The Province will receive $1 million at the time.
Located at Canada Place, the facility will house the Canadian Pavilion at Expo 86 ... as agreed to in 1982 when the Pier B-C convention centre was received.
"We are extremely pleased to be a party to this agreement with the Federal Government," Premier Bennett said. "The centre will have a large and extremely positive impact on our tourism and tourism and hospitality sectors which are key and growing elements of British Columbia's economy."
"The agreement indicates that, even when faced with difficulties, we can, when we set our minds to it, make decisions and reach agreements for the good of the province ... and, the result is a centre that will rank as world class in the international convention market."
Transport Minister Mazankowski said the agreement was the result of some "excellent cooperation between governments".

Use of credit lines

Generally, a credit line consists of a lead-in sentence followed by the titles of the sponsors. The titles should be presented in a uniform manner, using the same typeface, type size and colour. The examples indicate how credit lines may be set up (**Fig. 4**).

Emploi des mentions

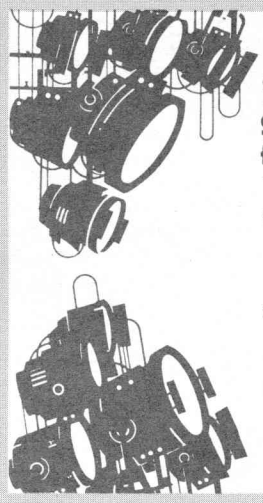
En règle générale, une mention consiste en une phrase d'entrée en matière suivie des titres des commanditaires. Les titres devraient être présentés de façon uniforme, à l'aide des mêmes caractères typographiques, du même corps de caractère et de la même couleur. Les exemples montrent comment présenter les mentions (**Fig. 4**).

L'Accord de l'Ouest

Entente entre les gouvernements

du Canada,
de l'Alberta,
de la Saskatchewan
et de la Colombie-Britannique

sur la tarification et la taxation
du pétrole et du gaz naturel



SIXTH ANNUAL

Summer institute of film and television

ORGANIZED BY:
- Algonquin College
- Canadian Film Institute

WITH THE GENEROUS ASSISTANCE OF:
- Canadian Broadcasting Corporation
- Communications Canada
- Government of Ontario
- National Film Board of Canada
- The British Council

Armorial bearings and flags

Symbols such as coats of arms, shields and flags are often used to portray joint activities of governments. The use of these symbols is subject to rules of protocol and their field of application is more or less distinct from the corporate identity of a government institution.

Where applicable, coats of arms, shields or flags may be used in lieu of the corporate identifiers that are normally employed. This applies particularly when provincial and territorial governments need to be identified in conjunction with the federal government. For example, a layout incorporating the federal Coat of Arms and the shields of the provinces and territories is well suited to portray the relationship of the governments (**Fig. 5**). A similar effect may be achieved by using the different flags (**Fig. 6**).

For further information on the flags, coats of arms and floral emblems used by provincial and territorial governments, readers should refer to the *Canadian Symbols Kit* prepared by the Department of the Secretary of State of Canada. The publication is available from the Canadian Government Publishing Centre, Supply and Services Canada.

Drapeaux et armoiries

On emploie souvent des armoiries, des emblèmes et des drapeaux pour représenter la collaboration de plusieurs administrations publiques. L'utilisation de ces symboles est cependant assujettie au protocole et leur domaine d'application est plus ou moins distinct de l'image de marque d'une institution.

Les armoiries, emblèmes et drapeaux peuvent, dans certains cas, remplacer toute autre méthode d'identification normalement employée. C'est le cas, plus particulièrement, lorsque les gouvernements provinciaux et territoriaux doivent être identifiés conjointement avec le gouvernement fédéral. Ainsi, par exemple, une disposition renfermant les armoiries canadiennes et les écus des provinces et territoires conviendrait parfaitement pour représenter les liens entre les divers paliers de gouvernement (**Fig. 5**). On peut obtenir un effet semblable en utilisant les différents drapeaux (**Fig. 6**).

Pour plus d'information au sujet des drapeaux, armoiries et emblèmes floraux employés par les gouvernements provinciaux et territoriaux, on peut consulter la *Trousse des symboles canadiens*, préparée par le Secrétariat d'État du Canada. On peut se procurer cette trousse auprès du Centre d'édition du gouvernement du Canada, Approvisionnements et Services Canada.

Fig. 5

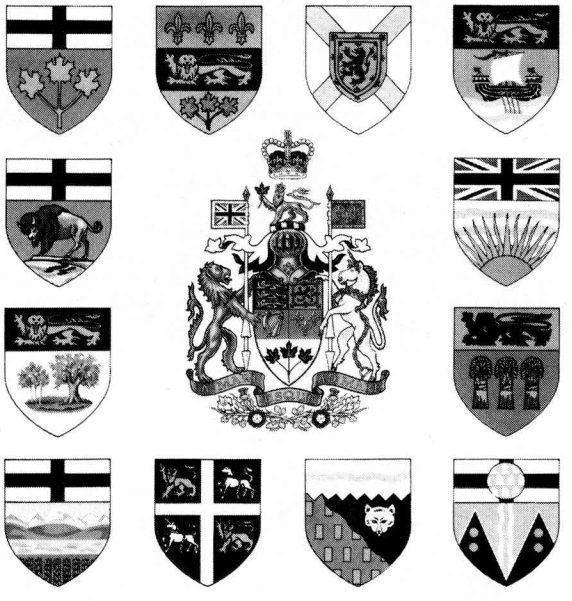
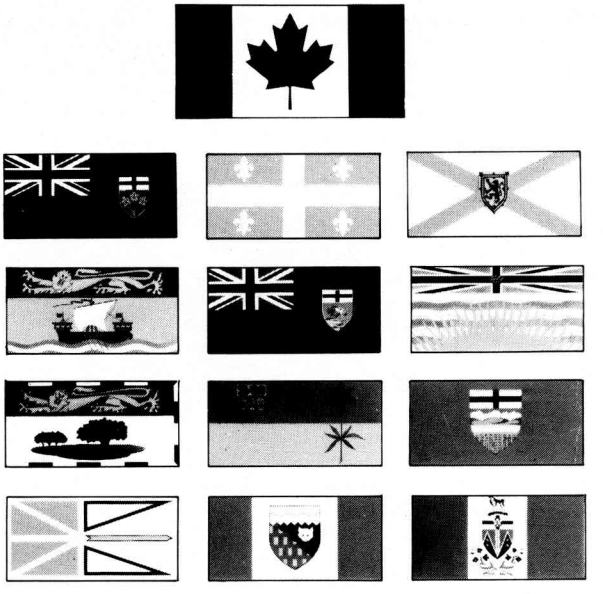


Fig. 6



Enquiries

Enquiries regarding the corporate identity of a sponsor should be directed to the office responsible for corporate identity of the institution concerned. In the case of the federal government, this responsibility rests with the FIP Coordinator appointed by each institution.

A list of provincial and territorial managers of corporate identity is being maintained by the Administrative Policy Branch of the Treasury Board Secretariat. The Branch may be contacted for information.

Because the requirements for corporate identity may be subject to change, it is suggested to enquire about current requirements.

Reproduction proofs

Details on the availability of reproduction proofs of the federal signature and "Canada" wordmark are provided in section 1.1 of the FIP Manual. Requests for proofs of signatures or logos of other sponsors should be addressed to the corporate identity manager of the institution concerned.

Demandes de renseignements

Les demandes de renseignements concernant les exigences en matière de l'image de marque d'un commanditaire devraient être adressées au bureau responsable de l'organisme concerné. Dans le cas du gouvernement fédéral, cette responsabilité incombe au coordonnateur du Programme de coordination de l'image de marque nommé de chaque institution.

La Direction de la politique administrative du Secrétariat du Conseil du Trésor tient à jour la liste des noms des gestionnaires des gouvernements provinciaux et territoriaux responsables de l'image de marque. Pour obtenir de plus amples renseignements, il suffit de s'adresser à cette Direction.

Comme les exigences à l'égard de l'image de marque peuvent varier, il est préférable de s'informer au sujet des exigences courantes.

Contre-épreuves

Le Manuel du Programme de coordination de l'image de marque (section 1.1) apporte des détails sur les contre-épreuves de la signature fédérale et du mot-symbole « Canada ». Les demandes de contre-épreuves de symboles d'autres commanditaires devraient être adressées au gestionnaire responsable.